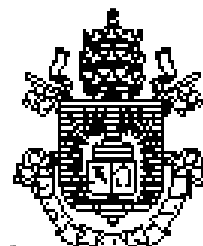
Marcella Silva Azevedo

Fala sério, adolescente!:
Um estudo sobre consumo, celebridades e representações sociais a partir da obra da escritora Thalita Rebouças

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Orientadora: Prof[a]. Cláudia da Silva Pereira

Rio de Janeiro
Março de 2015

Marcella Silva Azevedo

Fala sério, adolescente!: um estudo sobre consumo, celebridades e representações sociais a partir da obra da escritora Thalita Rebouças

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social do Departamento de Comunicação Social do Centro de Ciências Sociais da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Profa. Dra. Cláudia da Silva Pereira
Programa de Pós-graduação em Comunicação Social - PUC-Rio
Orientadora

Profa. Dra. Rose de Mello Rocha
ESPM – SP

Profa. Dra. Tatiana Siciliano
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – PUC-Rio

Profa. Mônica Herz
Vice-Decana de Pós-graduação do CCS

Rio de Janeiro
05 de março de 2015

Marcella Silva Azevedo

Graduada em Comunicação Social, com Habilitação em Jornalismo, pela PUC-Rio. Possui Especialização em Sociologia, Política e Cultura, também pela PUC-Rio, e MBA em Marketing pela ESPM-Rio. Tem experiência na área de Comunicação Corporativa, com ênfase em assessoria de imprensa e RP, comunicação interna e gerenciamento de crises de imagem.

Ficha Catalográfica

Azevedo, Marcella Silva

Fala sério, adolescente!: um estudo sobre consumo, celebridades e representações sociais a partir da obra da escritora Thalita Rebouças / Marcella Silva Azevedo ; orientadora: Cláudia da Silva Pereira. – 2015.

120 f. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2015.

Inclui bibliografia

CDD: 302.23

Agradecimentos

À Cláudia Pereira, minha querida orientadora, pela parceria fundamental para a realização deste trabalho, pela excelência na condução desta pesquisa, pelas contribuições imensuráveis e pela oportunidade de tantos aprendizados. Agradeço ainda e sobretudo a generosidade e disponibilidade para a construção de afetos e de uma convivência baseada em compreensão, solidariedade e amizade. Registro aqui toda minha gratidão e admiração, além do desejo de que possamos seguir em parceria, por muito e muito tempo, na vida acadêmica e também na pessoal.

À PUC-Rio e a todo o Corpo Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Agradeço também aos funcionários do Departamento de Comunicação Social, em especial à secretária Marise Lira.

Ao PECC – Programa de Estudos em Comunicação e Consumo – Academia Infoglobo PUC-Rio, pelo apoio financeiro, por meio da concessão de bolsa durante parte do Mestrado, e pelas ricas discussões e produtivas trocas nas atividades do grupo de pesquisa. Um agradecimento especial aos professores envolvidos: Prof. Dr. Everardo Rocha, Profª. Drª. Tatiana Siciliano, Profª. Drª. Carla Barros, além da orientadora deste trabalho.

Aos novos e grandes amigos que esta retomada da vida acadêmica trouxe, em especial às queridas Ana Paula Gonçalves e Olga Bon, companheiras incansáveis de percurso, por me lembrarem o tempo todo de que seguir junto é muito melhor do que seguir só. O apoio e força de vocês, em especial nos momentos mais difíceis e angustiantes, foram fundamentais.

Ao Alex, meu marido, amor e companheiro, a pessoa ao lado de quem pretendo caminhar por toda a vida. Por ser o meu maior e mais incansável apoiador e incentivador e por transformar este sonho do Mestrado em um projeto familiar.

À minha amada filha Alícia, minha inspiração maior e mais preciosa motivação. Pela compreensão e flexibilidade, apesar de tão pouca idade, em compartilhar sua mãe com esta pesquisa, aceitando minhas muitas ausências sempre com um sorriso no rosto.

Ao meu amado filho Bernardo que, ainda em meu ventre, me preenche com força e energia para seguir adiante, haja o que houver. Minha mais nova fonte de inspiração, que deve vir ao mundo pouco após a defesa desta dissertação.

À minha sobrinha e afilhada Sophia, leitora voraz e referência de adolescente, pelas nossas muitas conversas sobre o tema desta pesquisa, pelas trocas, ideias, dicas e sugestões.

Aos meus pais, que são a minha base e estrutura. Amo vocês, desde sempre e para sempre.

Resumo

Azevedo, Marcella Silva; Pereira, Cláudia da Silva. **Fala sério, adolescente!: um estudo sobre consumo, celebridades e representações sociais a partir da obra da escritora Thalita Rebouças.** Rio de Janeiro, 2015. 120 p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Frente à fala comum e disseminada de que os jovens não gostam de ler e, mais ainda, de que os livros impressos, enquanto suporte, estariam fadados ao desaparecimento diante da grande novidade dos *e-books,* este trabalho tem como objetivo compreender o relevante crescimento da literatura juvenil no país por meio de uma análise que privilegia sobretudo a chave do consumo e das forças simbólicas que atuam nas relações entre os leitores adolescentes e seus livros e escritores preferidos. São abordados temas como a adolescência, o "consumo de experiência", a cultura de massa e as celebridades contemporâneas. De maneira mais particular, realiza-se um estudo de caso da escritora Thalita Rebouças, considerada como fenômeno cultural e de consumo junto a este público. Tomando as representações sociais como importante ferramenta de investigação, parte-se de uma análise dessas representações dos adolescentes na obra da escritora Thalita Rebouças, estabelecendo uma correlação entre os principais personagens e algumas das características intrínsecas à fase de vida dos jovens leitores. Tem-se ainda uma comparação entre tais representações e os valores e atributos associados ao construto midiático da própria autora.

Palavras-chave

Literatura juvenil; adolescência; consumo; celebridades; representações sociais; Thalita Rebouças.

Abstract

Azevedo, Marcella Silva; Pereira, Cláudia da Silva (Advisor). ***´Fala sério, teenager!' – A study on consumption, celebrities, and social representations according to Thalita Rebouças' work.*** Rio de Janeiro, 2015. 120 p. MSc. Dissertation – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Unlike the two widespread ideas that teenagers do not enjoy reading and that print books are doomed as a result of the excitement over e-books, this thesis is geared towards understanding the recent significant increase in Brazilian juvenile literature sales. In order to do so, key-elements concerning consumption and the symbolic forces binding together the youngsters, the books they read, and their favorite authors are particularly analyzed. Topics such as adolescence, experiential consumption, mass culture, and contemporary celebrities are also addressed. Specifically, this thesis focuses on the work of juvenile fiction author Thalita Rebouças, considered a cultural and sales phenomenon in the segment. Having established social representations as an important research tool, this study analyses the representation of teenagers in Rebouças' books, making the connection between its main characters and the characteristics inherent to this specific moment in the young readers' lives. Likewise, a comparison is made between such representations and the values and attributes associated to the author's own media persona.

Keywords

Juvenile literature; adolescence; consumption; celebrities; social representations; Thalita Rebouças.

Sumário

Permanecer no próprio quarto distante do lugar onde a festa se realiza, ou longe do local onde o profissional atende ao cliente, é permanecer longe do lugar onde a realidade está acontecendo. O mundo, na verdade, é uma reunião.

Erving Goffman

1
Introdução

Pelos corredores da Bienal do Livro de 2009, no Rio de Janeiro, acontecia uma cena impressionante: muitas adolescentes eufóricas, em volta do estande de uma editora, gritavam e choravam porque acabava de chegar ali seu grande ídolo. Elas não conseguiam conter a emoção, o nervosismo, ao sentirem tão próxima a possibilidade de chegar perto, abraçar e ganhar um autógrafo daquela pessoa que era o alvo de tão grande adoração. Imaginava-se, muito equivocadamente, que tamanha comoção pudesse ser causada apenas por grandes astros da música ou do cinema, ou até mesmo pelo atual galã protagonista da novela das 21h. Enorme foi a surpresa ao revelar-se o que de fato estava se passando. O ídolo era uma escritora, Thalita Rebouças, e toda aquela legião de fãs era composta por ávidas leitoras de suas obras. Engana-se quem possa ter pensado que tratava-se de uma mobilização passageira, como aqueles *hits* momentâneos que "estouram" nas paradas de sucesso e logo caem no esquecimento. Pelo contrário, os anos seguintes comprovam a consolidação da escritora como fenômeno de sucesso e de consumo entre os adolescentes brasileiros.

Thalita Rebouças é um dos maiores expoentes da literatura juvenil do Brasil na atualidade, tem 18 livros publicados, mais de 1,5 milhão de exemplares vendidos. Sete de seus títulos já foram lançados em Portugal e em 2014 sua obra foi publicada em toda a América Latina. O sucesso de suas histórias e personagens impulsiona a adaptação de suas obras para outros suportes midiáticos. *Fala sério, mãe!* e *Tudo por um pop star* foram adaptados para os palcos cariocas, sendo que esta última se estendeu para uma temporada paulista e posterior turnê por várias cidades do país. Na TV, o episódio *A mãe da Barra*, integrante da série *As Brasileiras*, exibida em 2012 na Rede Globo, foi baseado no livro *Fala sério, mãe!* e obteve um dos maiores índices de audiência do programa, abrindo caminho para uma empreitada mais ambiciosa. *A mãe da Barra* vai dar origem a um seriado, a ser exibido também na Rede Globo, com roteiro assinado pela própria Thalita Rebouças. Além disso, atualmente, há três projetos diferentes em produção para adaptar seus livros para o cinema: *Uma fada veio me visitar*, *Ela disse, ele disse* e *Tudo por um namorado*.

Tendo em vista sua grande penetração junto ao público adolescente, em 2012, Thalita Rebouças ganhou uma coleção da marca *Fitá* em sua homenagem. Seus produtos vão de agendas, capas de fichário, camisolas e canecas a objetos de decoração como almofadas e organizadores. Em 2014, foi também lançado *Fala sério – O jogo*, fabricado pela Brinquedos Estrela, e baseado nos livros da autora. Com status de celebridade, a escritora possui enorme visibilidade nos veículos de comunicação, com um capital midiático bastante expressivo.

A lembrança daquela cena na Bienal do Livro de 2009, acompanhada da constatação dessa grande mobilização para o consumo dos livros da autora Thalita Rebouças, impulsionaram uma breve pesquisa que apontou que o sucesso da escritora estava inserido em um cenário maior de recente porém pujante crescimento da literatura juvenil como um todo. Na década de 1970, a literatura infantojuvenil respondia por 8% dos lançamentos editoriais sendo que, 30 anos depois, essa participação aumentou para 25% (MARTHA, 2010). Já em 2013, pesquisa da multinacional GfK aponta que o segmento foi o que registrou maior crescimento no mercado editorial brasileiro na comparação com 2012, com um aumento de 24% nas vendas em livrarias[1]. Este que até então era apenas uma possibilidade de objeto de estudo se mostrava como ainda mais interessante por parecer se distanciar totalmente do discurso - sem dúvida hegemônico - de que os adolescentes não gostam de ler, que "desperdiçam" todo o seu tempo livre nas redes sociais, e mais, que o próprio livro, enquanto suporte físico, está fadado ao desaparecimento. O que poderia explicar, afinal, que o livro, tido pelo senso comum como preterido pelos jovens, fosse o gatilho para o início de tamanha mobilização? Que narrativas eram essas, que personagens eram esses, capazes de provocar reação de tal proporção em seus leitores? Que fatores poderiam desencadear e fortalecer tamanha ligação afetiva do público com as obras e, para além delas, com seus autores? Em seguida, muitas novas questões foram se configurando. Que ideias e valores o público compartilha com os personagens? Como as representações dos adolescentes em tais narrativas podem nos ajudar a melhor compreender as relações familiares, as aspirações e os valores que "regem" o dia-a-dia desse público específico na contemporaneidade? E, mais

[1] MEIRELES, M. Pelas redes sociais, leitores influenciam produção de livros. **O Globo.** Rio de Janeiro, 24 dez. 2013. Disponível em: http://moglobo.globo.com/integra.asp?txtUrl=/cultura/pelas-redes-sociais-leitores-influenciam-producao-de-livros-11143634. Acesso em: 4 fev. 2015.

além, de que forma essas representações juvenis podem ser úteis para uma "leitura" da nossa própria sociedade atual?

Foi a partir daí, então, que nasceu a ideia para o desenvolvimento do projeto desta pesquisa. O foco do estudo é o mercado editorial juvenil brasileiro, não pelo viés de um olhar literário, mas pela chave do consumo, mais especificamente da antropologia do consumo. No que tange à metodologia, o primeiro passo se deu com uma revisão bibliográfica com o intuito de desenvolver o referencial teórico dos principais temas envolvidos, tais como adolescência e juventude, representações sociais, celebridades e o consumo enquanto fenômeno social e cultural. Em seguida, partiu-se para uma análise documental de variado material midiático, que possibilitou tanto uma melhor compreensão do mercado literário juvenil atual quanto da força e extensão da inserção midiática da escritora Thalita Rebouças. A etapa seguinte consistiu em um estudo de caso que levou em consideração não apenas a análise do conteúdo geral das suas narrativas, mas também do próprio capital midiático da autora e as expressões de sua imagem pública, as interações dela com seus fãs e a forma como os fãs se apropriam das mercadorias a ela relacionadas. Partiu-se, então, para a realização de uma pesquisa exploratória, realizada por meio de aplicação de questionários junto a 126 jovens leitores da Região Metropolitana do Rio de Janeiro. Em seguida, realizou-se uma análise das representações sociais dos adolescentes no *corpus* escolhido: os livros *Traição entre amigas, Tudo por um pop star, Fala sério, mãe!*, *Ela disse, ele, disse, Era uma vez minha primeira vez* e *360 dias de sucesso.* Por fim, foi realizada a análise interpretativa, com a articulação dos dados e informações levantados com o quadro referencial teórico.

Uma ressalva se faz importante. Não se pretende, nesta pesquisa, entrar na discussão entre a literatura dita culta e a literatura de massa. Essa dialética se insere em uma discussão mais abrangente, que é a oposição entre cultura erudita e cultura de massa, e os pressupostos a cada uma relacionados. Em *Apocalípticos e Integrados* (2000), Umberto Eco enumera alguns critérios de diferenciação entre elas, a partir de algumas das principais críticas feitas à cultura de massa e dentre as quais podemos citar: a busca pelo "gosto médio" do público em detrimento das soluções originais; o despertar de emoções mais vivas e imediatas em vez de sua simbolização e representação, que demandariam um maior esforço do público na compreensão e interpretação de uma obra; sujeição às regras mercadológicas,

oferecendo ao público exatamente o que ele deseja e, mais além, influenciando seu próprio desejo; o objetivo maior de entreter, que levaria a um nível mais superficial da atenção do consumidor, desestimulando, assim, a predisposição pela vivência de experiências estéticas mais significativas. José Paulo Paes (1990) retoma a discussão proposta por Umberto Eco, procurando ater-se e aprofundar-se aos dois critérios que considerou mais importantes para uma reflexão específica sobre a literatura: a questão da originalidade e o que diz respeito ao esforço demandando pelo leitor para a fruição da obra. Paes, inclusive, adota a designação proposta pelo filósofo italiano, optando pela utilização dos termos literatura de entretenimento e literatura de proposta em substituição à literatura de massa e literatura culta, respectivamente.

A cultura de proposta teria que necessariamente se enquadrar no critério de originalidade, com uma grande diversidade nos modos de representação do mundo. Além disso, exigiria um esforço de interpretação por parte de seu público, justamente pela problematização de valores e pelo uso de recursos variados em suas representações. (PAES, 1990). Muniz Sodré (1988) também se dedicou ao tema da literatura, defende essas mesmas características para o que chama de literatura "culta", "artística" ou "elevada" e afirma ainda o papel chave das escolas e academias, que são as instituições que vão referendar as qualidades de uma obra, funcionando como uma chancela de legitimidade. Já na cultura de massa, a originalidade não é um caráter fundamental, mais importante é se aproximar do gosto médio, alcançando o maior número possível de consumidores. A forma cede lugar ao conteúdo, apelando para a sensibilidade do leitor, tal como explicita Muniz Sodré: "O texto de massa mantém visível a sua estrutura através de personagens fortemente caracterizados, de uma abundância de diálogos (capazes de permitir uma adesão mais intensa do leitor à trama) e de uma exploração sistemática da curiosidade do público." (SODRÉ, 1988, p. 16). Vale ressaltar que, apesar de não adotar o termo para denominar esse tipo de literatura, Sodré também destaca a importância do entretenimento como chave nesse contexto, associando a literatura de massa diretamente a uma atividade prazerosa, de gozo. E como tal, regida pelas regras mercadológicas, são os consumidores da literatura de entretenimento que vão legitimá-la. De acordo com a pesquisa

Retratos da Leitura no Brasil[2], ao serem perguntados sobre as motivações para comprar um livro, pode-se observar que 35% dos entrevistados responderam que por prazer e gosto pela leitura e 29% disseram ser motivados pelo entretenimento e pelo lazer.

O foco da investigação que se apresenta nesta dissertação é a literatura de entretenimento, sendo considerada aqui como aquela que possui as seguintes características: voltada para o lazer e para a diversão; capaz de despertar emoções imediatas no leitor, como riso, choro e medo; estrutura narrativa padronizada; abundância de diálogos; representações simplificadas de forma a facilitar a compreensão e minimizar o esforço do leitor; legitimada pelo público; sendo ainda uma representante da cultura de massa, tendo o mercado como seu principal operador. Cabe aqui ressaltar que não estamos inferindo juízo de valor nessa definição, de forma que não a entendemos de maneira reducionista, como subproduto da literatura, mas como importante elemento da indústria de consumo cultural.

Esta dissertação está estruturada em quatro capítulos. O primeiro se propõe a abordar as representações sociais como importantes ferramentas de investigação, uma vez que estão relacionadas a formas específicas de compreender o mundo e de se comunicar e, como tais, assim como proposto por Moscovici (2011), precisam ser descritas e explicadas. O tema a ser analisado em seguida é o da adolescência, categoria social de difícil delimitação e definição, que tantas vezes é considerada dentro de um conceito mais amplo, a juventude. Busca-se estabelecer uma concepção de adolescência que não privilegia a faixa etária e nem critérios biológicos, mas como categoria formada por indivíduos que estão vivendo em um período liminar e transitório, entre a infância e a vida adulta, que não possuem ainda independência financeira, não formaram suas próprias famílias e ainda não tiveram sua iniciação sexual. Em seguida, propõe-se uma reflexão sobre as dificuldades de construção das identidades dos sujeitos na contemporaneidade, num contexto repleto de transformações constantes, e a forma como essa fragmentação das identidades, própria de nossos tempos atuais,

---

[2] INSTITUTO PRÓ-LIVRO; CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO; SINDICATO NACIONAL DE EDITORES DE LIVROS E ABRELIVROS – Retratos da Leitura no Brasil. 3ª ed. 2012 (disponível em http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/texto.asp?id=2834). Acesso em: 16 out. 2013.

impacta nos adolescentes, que possuem a fragmentação já como uma característica constituinte de si. Neste contexto, a adoção de estilos de vida, propõe Giddens (2002), se torna imperiosa aos indivíduos, se constituindo como base de orientação para constituição do *self* e influenciando escolhas, projetos futuros, lazer e consumo.

O segundo capítulo apresenta o consumo como eixo temático. Parte-se de uma revisão bibliográfica do consumo enquanto fenômeno social e cultural, que envolve bens e mercadorias dotados de significados e valor simbólico. Tem-se também uma análise do mercado literário juvenil brasileiro, que vem registrando sólido crescimento, com relevante ganho de importância do público leitor adolescente junto ao mercado editorial. Segue-se uma reflexão acerca das estratégias mercadológicas adotadas pelas editoras e que vão impactar nas relações simbólicas dos jovens leitores com seus livros e autores preferidos. O "consumo de experiência" na literatura juvenil será considerado de maneira particular, a partir da extrapolação do universo ficcional para além dos livros e a consequente possibilidade de vivência de experiências e afetos diferenciados. Apresenta-se, então, os principais resultados de uma pesquisa exploratória, realizada por meio de aplicação de questionários a 126 jovens leitores da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, com o objetivo de ampliar a compreensão das dinâmicas do mercado editorial juvenil brasileiro e visando uma aproximação maior com o universo literário dos adolescentes.

O capítulo seguinte propõe uma reflexão sobre a cultura de massa, imbricada na questão do consumo para além da aquisição de produtos culturais, mas também no que tange ao consumo imaginário e que, segundo Morin (2011), se dá no duplo movimento de projeção e identificação. São feitas considerações também a respeito do surgimento das culturas juvenis e propõe-se uma reflexão teórica acerca das celebridades contemporâneas, também elas vistas como artefatos da engrenagem do consumo cultural. As celebridades assumem o papel de modelos, que inspiram e referenciam o modo de agir e de viver dos adolescentes. Deste contexto mais amplo, parte-se para um estudo de caso do construto midiático da escritora Thalita Rebouças, visando identificar os valores e atributos a ela associados e compreender o processo de construção de sua imagem pública, considerada como fator determinante para o sucesso de venda de seus livros.

Em seguida, no quarto capítulo, o objetivo é analisar parte da obra da escritora Thalita Rebouças, com foco nas representações sociais dos adolescentes, a partir de uma observação acerca dos principais personagens de seus livros, suas características, valores, estilos de vida, conflitos e ambições. Foram levados em consideração as temáticas mais recorrentes, assim como a maneira como foram retratadas as relações familiares, de amizade e amorosas. Por fim, buscou-se estabelecer uma comparação entre tal reflexão e o construto midiático da autora, analisado no capítulo 3, a fim de investigar semelhanças ou divergências que contribuem para a compreensão do alcance e do sucesso de sua obra.

Não se pretende, de forma alguma, esgotar o assunto ou mesmo encontrar respostas estanques. Trata-se de um objeto de estudo bastante dinâmico, um cenário que registra mudanças constantemente e em ritmo acelerado, assim como a avidez do público juvenil por novidades. Acredita-se, porém, que elucidar certos aspectos desse panorama e compreender algumas das muitas dinâmicas socioculturais envolvidas podem ajudar no melhor entendimento do fenômeno. É este o desafio que aqui se apresenta!

2
Representações sociais, adolescência e a constituição de identidades na contemporaneidade

Ser adolescente significa, entre tantas outras coisas, estar em algum lugar transitório entre a infância e a vida adulta. Se esta etapa da vida é muitas vezes associada a dificuldades tanto por quem a vivencia quanto por quem se relaciona com os que estão nesta fase, ela também é, por outro lado, revestida de valores positivos. Os adolescentes detêm a força da juventude, tida cada vez mais como valor dominante a ser perseguido em nossa sociedade por todos, independente da fase da vida em que estejam.

Vivenciar a adolescência, porém, implica lidar com essa indefinição de lugar, de espaço, de ser. Essa transitoriedade se impõe nos mais diversos âmbitos da vida e remete a uma indefinição também das identidades. Se na cultura contemporânea a fragmentação subjetiva é uma dominante, no público adolescente é onde ela se expressa com força ainda maior, unindo a fragmentação característica dos tempos ditos pós-modernos com a transitoriedade desta etapa específica da vida.

Em tempos de ubiquidade da cultura de massa, o estudo de representações sociais veiculadas na mídia sobre os adolescentes pode ser um caminho rico para a compreensão dos discursos sobre esses jovens. A forma como os veículos de comunicação mostram a imagem dos adolescentes e, ao mesmo tempo, refletem o que deles se pensa pode nos ajudar a compreender como este público específico é visto e também como se vê. São essas algumas das questões que se pretende introduzir neste capítulo.

2.1
As representações sociais como ferramenta de investigação

É de Durkheim o primeiro importante estudo sobre representações individuais e representações coletivas como fenômeno social (1970 [1898]). Um dos fundadores da Sociologia, ele propõe que sobre os indivíduos paira uma força coercitiva determinante, de modo que a sociedade não pode ser vista pelas suas partes (indivíduos) ou mesmo pela soma dessas partes, mas sim pela síntese desta

coletividade e suas características específicas. Da mesma forma, para Durkheim, as representações - ainda que se originem das relações entre indivíduos ou mesmo entre esses e grupos - são necessariamente exteriores ao individual e possuem a capacidade de conservar e integrar a sociedade, se constituindo em representações coletivas. Além disso, as representações são comparáveis e configuram um fenômeno com caraterísticas próprias. Elas podem, inclusive, ser conservadas, e para ele de fato o são, podendo ser reacessadas e recombinadas por meio de associações, dando assim origem a novas e outras representações:

> Eis por que a matéria primeira de toda consciência social está em relação estreita com o número dos elementos sociais, com a maneira pela qual se agrupam e se distribuem, etc., isto é, com a natureza do substrato. Mas, uma vez que uma primeira base de representações assim se constitua, elas se tornam, pelas razões que apresentamos, realidades parcialmente autônomas, que vivem uma vida própria. Têm o poder de se atrair, de se repelir, de formar entre si sínteses de toda espécie, que são determinadas por suas afinidades naturais e não pelo estado do meio em que evoluem. Em consequência, as representações novas, que são o produto dessas sínteses, são da mesma natureza: têm como causas próximas outras representações coletivas, e não tal ou qual característica da estrutura social (DURKHEIM, 1970, p. 44)

A teoria das representações proposta por Durkheim é retomada, entre outros autores, pelo romeno Serge Moscovici (2011), que vai reinterpretá-la e propor uma nova teoria, por sua vez, à luz da Psicologia Social do Conhecimento. São duas as principais diferenças que ele propõe com relação ao estudo anterior. Em primeiro lugar, em vez de abordar as representações como um "conceito", de aspecto estático e fixo, tal qual apresentado por Durkheim, Moscovici propõe que elas são um "fenômeno", concedendo-lhes assim um caráter dinâmico. A segunda diferença, derivada da primeira, está na base deste dinamismo das representações, uma vez que estão relacionadas a modos específicos de compreender o mundo e de se comunicar e, por isso, são fenômenos que precisam ser descritos e explicados. Por conta disso, Moscovici propõe o uso do termo "sociais", em vez de "coletivas", para denominar as representações.

Moscovici afirma que as representações sociais possuem duas funções essenciais. Elas atuam de forma a convencionar e categorizar objetos, pessoas e acontecimentos, colocando-as em modelos que são conhecidos e partilhados por todos. Em segundo lugar, as representações se impõem sobre nós, são prescritivas, desempenhando uma força que se estabelece sobre a sociedade e seus indivíduos

de forma inequívoca, facilitando sua reprodução e influenciando a informação, compreensão e julgamento do momento presente.

É justamente baseados nas representações que uma cultura ou sociedade compartilha previamente que colocamos em prática a atividade de tornar "familiar" tudo o que primeiramente se apresente como estranho ou "não familiar". Moscovici afirma que o medo do que é estranho está arraigado nos indivíduos e faz com que eles se sintam ameaçados por uma potencial perda de referências e de sentido. Desta forma, há a tendência de tentar transformar o desconhecido em conhecido, pela tentativa de encaixe deste novo em uma categoria que já seja familiar:

> Quando tudo é dito e feito, as representações que nós fabricamos – duma teoria científica, de uma nação, de um objeto, etc. – são sempre o resultado de um esforço constante de tornar comum e real algo que é incomum (não familiar), ou que nos dá um sentimento de não familiaridade. E através delas nós superamos o problema e o integramos em nosso mundo mental e físico, que é, com isso, enriquecido e transformado. Depois de uma série de ajustamentos, o que estava longe, parece ao alcance de nossa mão; o que parecia abstrato, torna-se concreto e quase normal (MOSCOVICI, 2011, p. 58).

Essa transformação do não familiar em familiar, segundo Moscovici, se dá por meio de dois mecanismos principais, que são a "ancoragem" e a "objetivação". "Ancorar é, pois, classificar e dar nome a alguma coisa", sintetiza Moscovici (2011, p. 61), apontando que categorizar algo significa atribuir-lhe convergência ou divergência a uma norma pré-existente, estabelecendo assim uma ligação direta com premissas familiares. Já a nomeação permite atribuir determinadas características ou tendências a algo ou alguém, diferenciando-as de outras e tornando-as objetos passíveis de convenção. O segundo mecanismo de familiarização é a objetivação, que segundo o próprio Moscovici, é muito mais atuante que a ancoragem, e consiste na tentativa de reduzir algo ou uma ideia à sua "qualidade icônica", de coisificar pensamentos abstratos, sentimentos e ideias e, a partir daí, atribuir-lhe características de coisas já conhecidas.

Vale destacar ainda a relação central que Moscovici estabelece entre as representações sociais e a comunicação. Ao permitir a existência de códigos compartilhados, as representações tornam a comunicação possível. Não há interação humana sem representações. Ao mesmo tempo, porém, as

representações são fruto da comunicação, que as colocam em circulação no interior da sociedade.

Outro autor que desenvolveu estudos sobre as representações sociais foi Stuart Hall, um dos principais teóricos dos Estudos Culturais britânicos. Em *The work of representation* (HALL,1997), o autor propõe que a representação é um processo-chave no circuito cultural, que consiste na produção de significado através da linguagem. Isso se daria por meio de três abordagens teóricas distintas: a "reflexiva", que reflete a realidade já existente; a "intencional", por meio da qual a pessoa que fala explicita sua intenção; e a "construtivista", cujo significado é construído socialmente, através das interações que se dão na linguagem. Esta última, a construtivista, é considerada por Hall como a de maior impacto nos estudos culturais, e é nela que ele aprofunda sua análise, por meio da abordagem a duas das suas principais variações: a semiótica, associada ao linguista Ferdinand de Saussure, e a discursiva, ligada ao francês Michel Foucault.

Assumindo, tal qual Moscovici, que as representações consistem em modos de comunicação e de compreensão do mundo e que, enquanto fenômenos, precisam ser descritas e explicadas, é que se pretende partir de um estudo de representações dos adolescentes na literatura juvenil brasileira com o intuito de melhor compreender algumas das subjetividades, afetos, valores e questões a eles associados na contemporaneidade.

2.2
A adolescência como fenômeno social e cultural de difícil definição

A Organização Mundial da Saúde (OMS) define a adolescência como sendo o período que vai de 10 a 18 anos, contemplando, porém, uma subdivisão: pré-adolescência, dos 10 aos 14 anos; adolescência, dos 15 aos 19 incompletos; e juventude, dos 15 aos 24 anos. Já o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), estabelecido pela Constituição Brasileira de 1988, considera como adolescente aquele com idade entre 12 e 18 anos. Vale citar também o marco dos 14 anos existente no Brasil e em alguns outros países como idade mínima legal para o trabalho, de modo que não se configure trabalho infantil. A partir desses exemplos é possível observar a dificuldade em se conceituar o termo "adolescente",

categoria que segundo o UNICEF corresponde a uma população de 21 milhões no Brasil, representando 11% da população do país[3].

O mercado literário, que será estudado aqui de maneira mais particular, adota uma classificação própria com relação à faixa etária e mais recentemente vem promovendo uma subdivisão da categoria juvenil sob a justificativa de sua cada vez mais crescente expansão. São então quatro subcategorias distintas: infantojuvenil, para o público de 8 a 12 anos; *young adult* (ou jovem adulto), para leitores de 13 a 18; *new adult* (adulto novo), para aqueles com idade entre 18 e 25 anos; e ainda a categoria *crossover* (cruzamento), que englobaria ao mesmo tempo as três categorias anteriores, somando-se a elas leitores mais velhos[4].

Não foram poucos os campos do conhecimento que também já se empenharam na tentativa de definir a juventude e a adolescência. Muitas vezes apresentados de forma independente, outras tantas empregados como sinônimos, parece haver hoje um consenso em considerá-los como uma categoria social, construída historicamente. A dificuldade em definir este grupo (ou grupos), porém, permanece.

Luís Antonio Groppo (2000) chama a atenção para a importância de se ir além dos conceitos etários, considerados nos exemplos citados acima, uma vez que a juventude é uma criação simbólica e não um grupo natural. O sociólogo destaca que, ao longo do tempo, foram três os termos principais usados para definir esta fase de transição da infância à vida adulta: puberdade, pelas Ciências Médicas, considerando as mudanças biológicas, no corpo; adolescência, pelos campos da Psicologia, Psicanálise e Pedagogia, ressaltando as mudanças na personalidade e no comportamento dos indivíduos; e juventude, proposta pela Sociologia, marcando a fase entre a infância e as funções sociais do homem adulto. O autor destaca que, muitas vezes, a adolescência e a juventude são consideradas fases distintas, sendo a adolescência mais próxima da infância e a juventude a etapa seguinte a esta adolescência e, portanto, mais próxima da vida adulta. As dificuldades na delimitação do grupo social da juventude se agravam, segundo Groppo, porque ela não se constitui uma categoria única, coesa e

---

[3] **O direito de ser adolescente:** Oportunidade para reduzir vulnerabilidades e superar desigualdades / Fundo das Nações Unidas para a Infância. – Brasília, DF : UNICEF, 2011.

[4] COZER, Raquel. Literatura juvenil ganha subdivisões e alimenta discussão sobre perfis dos leitores. **Folha de S. Paulo.** São Paulo, 14 dez. 2013. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/12/1385277-literatura-juvenil-ganha-subdivisoes-e-alimenta-discussao-sobre-perfis-dos-leitores.shtml. Acesso em: 2 set. 2014.

homogênea, pelo contrário, o autor refere-se a “diferentes experiências da juventude” e “existência da multiplicidade quase que incontrolável de juventudes”.

Catani & Giglioli (2008) também consideram a juventude como uma construção social, que “varia de acordo com as diferentes culturas e mesmo no interior de cada cultura” (CATANI & GIGLIOLI, 2008, p. 12 e 13). Os autores destacam algumas definições possíveis de juventude a partir de diferentes critérios: faixa etária; determinação de maturidade/ imaturidade dos indivíduos, a partir de variáveis biológicas e psicológicas; critérios socioeconômicos, tais como independência econômica, casamento, paternidade ou maternidade etc.; e terminologias relacionadas às expressões culturais e a comportamentos, como estado de espírito e estilo de vida. Os autores apontam ainda que esses critérios podem ser, inclusive, combinados e questionam a possibilidade ou não de autonomia da categoria juventude em relação a outras, tais como classe e gênero, por exemplo.

O sociólogo francês Pierre Bourdieu (1983) destaca essa falta de unidade da juventude e se dedica a mostrar as contradições específicas entre dois grandes grupos: os jovens estudantes da burguesia e os jovens operários. Ao analisar o sistema escolar vigente, Bourdieu afirma ser ele um instrumento de reprodução e manutenção dos privilégios das classes mais abastadas e aponta ser a escola uma instituição que objetiva também o controle desses jovens. Para o autor, a própria juventude vista como uma unidade social já consiste em uma evidente manipulação, para fins de controle, para atender a uma necessidade da sociedade, baseada numa dominação adulta, de estabelecer a ordem, delimitando os papéis de cada indivíduo.

Phillippe Ariès (1981) também destaca a importância do papel da escola no sentido de controle da infância e da adolescência. A partir de uma ampla análise de obras de arte e registros iconográficos, o autor relata o ganho de importância da criança, cuja descoberta se deu no século XIII, evoluiu pelos séculos seguintes, com pleno estabelecimento apenas nos anos finais do século XIX. Inseparável deste sentimento da infância está o da família, que emerge nos séculos XVI-XVII. É neste contexto mais amplo que o autor aborda também a questão que aqui nos interessa mais particularmente que é a construção histórica e social da adolescência:

> ... a consciência da juventude tornou-se um fenômeno geral e banal após a guerra de 1914, em que os combatentes da frente de batalha se opuseram em massa às velhas gerações da retaguarda. A consciência da juventude começou como um sentimento comum dos ex-combatentes, e esse sentimento podia ser encontrado em todos os países beligerantes, até mesmo na América de Dos Passos. Daí em diante, a adolescência se expandiria, empurrando a infância para trás e a maturidade para frente (ARIÈS, 1981, p. 14-15).

Desta forma, a adolescência até então considerada desprovida de qualquer destaque ou importância, assume um favoritismo, se consolidando como a etapa da vida em que se deseja estar por muito e muito tempo. Da mesma forma, para Ariès, que a juventude seria a idade privilegiada do século XVII e a infância a do século XIX, a adolescência é a idade mais valorizada do século XX.

Edgar Morin (2009) concorda que a adolescência é uma categoria histórica e desenvolve uma conceituação para o termo:

> A adolescência seria a fase em que o jovem humano, já meio desligado do universo da infância, mas não ainda integrado no universo do adulto, sofre indeterminações, biterminações e conflitos. Por conseguinte, só pode haver adolescência onde o mecanismo de iniciação, transformando a criança em adulto, se deslocou ou decompôs-se, e onde se desenvolveu uma zona de cultura e de vida que não está engajada, integrada na ordem social adulta (MORIN, 2009, p. 137).

Para Morin, a "adolescência-juventude" lida, concomitantemente, com os caracteres de indeterminação, ou seja, esta imbricação e ao mesmo tempo distanciamento dos universos infantil e adulto; e de determinação, uma vez que, segundo ele, preenche essa zona ambígua pela cultura adolescente e pela condição de estudante e escolarização prolongada. Ao tomar de empréstimo da etnologia a noção de "classe de idade", o autor discorre sobre a ambivalência do termo que, ao se referir à idade, assume um caráter transitório, uma vez em que se é jovem apenas durante alguns anos da vida, mas que ao se referir à classe assume ares de estabilidade, por conta do fluxo constante, ao mesmo tempo em que muitos indivíduos deixam a categoria de jovens, muitos outros chegam a ela. Levando em conta esses aspectos, o autor defende a possibilidade de considerar a "adolescência-juventude" como uma "classe de idade" uma vez que a ela podem ser associados traços distintos comuns observáveis em grande escala e que pode se identificar entre os indivíduos que a compõem sentimentos de comunidade e de

solidariedade. Para o autor, a adolescência é a fase em que "rupturas e perturbações atingem seu máximo de intensidade" (MORIN, 2009, P. 144), com a recusa à ordem antiga, com a proposta de valores novos e com a busca por uma autonomia tanto em relação à infância quanto ao mundo adulto.

Associadas a essa ideia de "rupturas e perturbações" a que se refere Morin, Rocha & Pereira (2009) enfocam também o conceito de transitoriedade associado à juventude:

> Assim, é de sua natureza ser transição, algo como um limbo, uma passagem intermediária e, como tal, mediadora de diferenças entre estados diversos. Não por acaso, a adolescência é vista como um 'rito de passagem', nela os estudantes, por exemplo, são chamados no gerúndio – vestibulandos, formandos, etc. – pois esse lugar de transição e mediação é a marca central do jovem (ROCHA & PEREIRA, 2009, p. 15).

Esta transitoriedade seria, em si mesma, segundo os autores, uma chave importante para definir a adolescência: "Hoje é o próprio caráter transitório da adolescência, com todas as suas transformações e passagens, que ergue as fronteiras que a separam da infância e da vida adulta" (ROCHA & PEREIRA, 2009, p. 25). Esta fase transitória, entre um estado e outro, costuma ser permeada pelo que a Antropologia convencionou chamar de "ritos de passagem" e que funcionam como uma forma de controle das culturas sobre os indivíduos, um acompanhamento próximo para que passem de uma etapa a outra da vida, assumindo as responsabilidades esperadas em cada uma delas, tal como explica Van Gennep (2013):

> É o próprio fato de viver que exige que as passagens sucessivas de uma sociedade especial a outra e de uma situação social a outra, de tal modo que a vida individual consiste em uma sucessão de etapas, tendo por término e começo conjuntos da mesma natureza, a saber, nascimento, puberdade social, casamento, paternidade, progressão de classe, especialização de ocupação, morte. A cada um desses conjuntos acham-se relacionadas cerimônias cujo objeto é idêntico, fazer passar um indivíduo de uma situação determinada a outra situação igualmente determinada (VAN GENNEP, 2013, p. 24).

O autor analisa alguns dos ritos de passagem associados a cada uma dessas etapas e, mais especificamente ao abordar a adolescência, se empenha em mostrar que a puberdade fisiológica e a "puberdade social" são essencialmente distintas, e fundamenta uma visão da adolescência como fenômeno social e não biológico,

natural. Gennep explica, por exemplo, que "nas moças, a puberdade física é marcada pelo entumescimento dos seios, o alargamento da bacia, o aparecimento de pelos nos púbis e sobretudo pelo primeiro fluxo menstrual" (GENNEP, 2013, p. 72). O autor, porém, ressalta o caráter inconstante de tal marco, uma vez que o início da menstruação costuma variar bastante de um indivíduo a outro e chama a atenção também para o fato de que esse aspecto biológico está geralmente dissociado da "puberdade social" e cita o exemplo de Roma, onde, àquela época, o casamento era permitido a partir dos 12 anos, apesar de a grande maioria das meninas ter o primeiro ciclo menstrual entre 14 e 15 anos de idade.

Para Van Gennep, os ritos de passagem associados à adolescência são, em sua maioria, os chamados "ritos de iniciação", que vão começar a iniciar o indivíduo em uma próxima etapa da vida social. Os ritos de iniciação têm caráter sexual, ou seja, correspondem à iniciação sexual desses indivíduos, que seria uma característica-chave para o posterior ingresso pleno na vida adulta. Para além deste caráter sexual, Rocha e Pereira destacam outros aspectos associados à adolescência, como "ser solteiro ou depender do dinheiro dos pais" (ROCHA & PEREIRA, 2009, p. 30). Os autores vão, então, invocar o conceito de *"communitas"*, introduzido por Turner (2013 [1974]), que consiste em uma relação entre indivíduos, não baseada em funções e posições sociais, mas entre indivíduos que estejam, ao mesmo tempo, ocupando um estado de "liminaridade" e, portanto, menos sujeitos aos controles sociais tradicionais. A *"communitas"* seria baseada em relações mais homogêneas e não estruturadas. Ao deixar o estado de liminaridade e assumir a posição social de um adulto, o indivíduo se afastaria da *"communitas"* e estaria de volta sob o controle dos agentes estruturais tradicionais.

Próximo a essa ideia de "communitas" de Turner, que propõe um vínculo relacional entre indivíduos que vivenciam um mesmo estado de liminaridade, Groppo (2000) propõe uma análise da formação de grupos juvenis mais homogêneos. Tomando por base a pesquisa do israelense Shmuel Noah Eisenstadt, o autor estabelece uma relação entre as sociedades universalistas - das quais a sociedade moderna seria o maior exemplo - e o surgimento de grupos etários tais como a juventude. Nessas sociedades, a transição entre a família de origem e a formação da própria família implica em uma necessidade de mudança dos padrões de comportamento, é uma etapa muitas vezes difícil e conturbada

para o indivíduo, na qual ele terá que passar por uma série de adaptações e aprendizados:

> As sociedades modernas são o tipo mais puro de sociedade "sem parentesco", em que há uma segregação da vida familiar em relação às outras esferas institucionais. Os papéis de pais e filhos – típicos da vida familiar – estão segregados dos demais papéis representados nas principais esferas da vida adulta. Há uma descontinuidade muito aguda entre o mundo das crianças e o mundo dos adultos, bem como uma grande diferenciação entre a estrutura familiar particularista e a estrutura ocupacional universalista e orientada no sentido da realização (GROPPO, 2000, p.42).

Este contexto aponta para a formação de grupos etários homogêneos, como os de jovens, com relações solidárias, nos quais os indivíduos têm a possibilidade de interação a partir de critérios diferentes do ambiente familiar, porém ainda não rígidos como os da sociedade adulta plena. O autor aponta para três principais grupos e agências dirigidos à juventude que surgem nas sociedades modernas: sistema escolar educacional, agências juvenis mantidas por adultos e grupos juvenis espontâneos. É desses últimos que o autor faz uma análise mais detalhada, mais uma vez apoiado nos estudos de Eisenstadt. Esses grupos ofereceriam uma oportunidade de maturação mais gradual da personalidade e de preparação para se assumir os papéis da vida adulta, possibilitando certa estabilidade emocional e de comportamento. Assumindo que alguns desses grupos são mais bem sucedidos do que outros na facilitação dessa transição, Groppo chama a atenção para o fato de que, de maneira geral, tais grupos propiciam certo isolamento dos jovens da sociedade geral, mas com rico espaço de convivência e compartilhamento entre eles.

Rocha e Pereira (2009) concordam que a noção de grupo assume um caráter fundamental para os adolescentes, em que eles vão compartilhar experiências e se apoiar na compreensão de mundo. É o que os autores chamam de gregarismo e que vem a ser uma das seis chaves-mestras definidoras da adolescência, ou seja, marcas distintivas desta fase da vida. A primeira delas é a fragmentação, com fronteiras mais fluídas entre ideologias, grupos e pessoas e a possibilidade de se pertencer a vários grupos ao mesmo tempo. O segundo grande tema é a ambivalência, que se dá na própria condição de flutuar entre os mundos infantil e adulto ao mesmo tempo. A afetividade é a terceira chave e consiste na valorização da confiança, assim como no "horror da traição" (ROCHA &

PEREIRA, 2009, p. 54). A quarta chave-mestra é a autenticidade, com o desafio de ao mesmo tempo em que os adolescentes compartilham experiências muito semelhantes, assumirem, perante elas uma autenticidade própria, que seria sua "essência". A quinta chave é o gregarismo, já mencionada. A sexta e última chave é o questionamento, que se reflete na necessidade de se saber algo e construir a própria experiência de vida.

Diante desta discussão, e com base nos autores estudados, neste trabalho vamos buscar uma concepção da adolescência sem privilegiar a faixa etária, que por sua vez estaria atrelada a critérios biológicos, o que seria bastante questionável, como vimos até aqui. Vamos considerar como adolescentes também aqueles que estão vivendo em um período liminar e transitório, entre a infância e a vida adulta, época ligada a questões como o primeiro beijo, a iniciação sexual, a escolha da profissão, a dependência financeira, a valorização dos vínculos de amizade, a afirmação de gostos e preferências, entre tantas coisas. Sabemos que, em muitos casos, a adolescência se confunde e se mistura com a juventude, mas aqui para nós ela será vista como uma etapa anterior a essa juventude, considerando, então, um ciclo de vida composto pelas seguintes fases: infância, adolescência, juventude, vida adulta e terceira idade (sendo que entendemos o problema de terminologia que esta última etapa assumiria em nossa classificação, mas não cabe no escopo deste trabalho nos alongarmos nesta discussão). Se a juventude também pode, ela mesma, estar ligada a aspectos como a dependência financeira e o ainda não estabelecimento de uma família própria, para nós, ela se diferenciará da adolescência no que diz respeito à iniciação sexual, que será considerada uma etapa já ultrapassada na juventude. Optamos por nos aproximar da divisão adotada pelo mercado literário, que será aqui estudado, e que considera o adolescente como um público diferenciado do jovem, para o qual, inclusive, são produzidos e lançados produtos específicos. O pujante crescimento do mercado literário tem levado as editoras a subdividir os públicos adolescente e jovem em categorias distintas, de modo que cada um seja atendido em suas especificidades. Desta forma, nos aproximamos aqui da categoria que o mercado tem denominado de *"young adult"*, ou jovem adulto, na qual, ainda segundo o mercado, estariam aqueles com idade entre 13 e 18 anos, e que consiste naquele público que não se interessa mais pelos livros infantis e infantojuvenis, mas que ainda não estaria preparado para consumir a literatura voltada para o público já adulto.

Retomando a discussão sobre representações sociais, podemos relacionar essa grande dificuldade de delimitação e definição da juventude e da adolescência com o pensamento de Moscovici (2011), que propõe a "ancoragem" e a "objetivação" como os dois principais mecanismos para transformar o não familiar em familiar, possibilitando o processo de categorização e contribuindo, em última instância, para a própria compreensão de mundo. Se, como vimos, juventude e adolescência se caracterizam por ocupar um espaço de liminaridade, ambiguidade e indefinição, o processo de classificação e categorização - que a "ancoragem" pressupõe -, assim como a tentativa de reduzir algo ou uma ideia à sua "qualidade icônica" - como demanda a "objetivação" – não pode ser concluído de maneira única e incontestável. As representações sociais dos jovens e adolescentes, portanto, vão se dar a partir de sutilezas, facetas ou particularidades que são, sem dúvida, variáveis e flexíveis, dando por sua vez, margem a interpretações as mais diversas e contribuindo para a continuidade de uma visão fragmentada e diversa sobre esses grupos, em um ciclo que se retroalimenta.

A partir do estudo dessas representações nos livros juvenis da escritora Thalita Rebouças pretende-se compreender como os adolescentes são retratados em alguns bens culturais específicos e investigar de que forma essas representações contribuem para o sucesso comercial e midiático de tais livros e de sua autora.

2.3
Identidades, estilos de vida e lazer

Cabe aqui uma reflexão acerca das identidades adolescentes e de sua relação com a adesão a estilos de vida que, por sua vez, se reforçam com a valorização do lazer nas sociedades contemporâneas. Como aponta Groppo (2000), apoiado na Psicologia, área do conhecimento que desenvolveu o conceito de adolescência nos séculos XIX e XX, a juventude é o estágio da vida em que o indivíduo vai definir sua identidade particular. A transição entre a infância e a vida adulta seria uma etapa de contrastes (amor e ódio, aproximação e afastamento, docilidade e rebeldia), de conflitos que estariam associados à busca por uma identidade própria.

São muitos os autores que se dedicam a compreender os processos que envolvem a constituição das identidades, não só adolescentes, mas de forma mais geral. Stuart Hall (2000), por exemplo, aponta para uma crise no que concerne à construção das identidades nos indivíduos no contexto da modernidade tardia:

> Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de um 'sentido de si' estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito. Esse duplo deslocamento – descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos – constitui uma 'crise de identidade' para o indivíduo (HALL, 2000, p. 9).

Para Hall, a identidade do sujeito pós-moderno, contemporâneo, não é fixa, mas consiste no que ele chama de "celebração móvel", ou seja é formada e transformada continuamente frente às constantes mudanças nos sistemas culturais em que vivemos. Em diferentes momentos da vida, o sujeito assume identidades diferentes que podem inclusive ser contraditórias.

Em consonância com o pensamento de Hall (2002), Anthony Giddens desenvolve um estudo sobre a relação do que ele chama de "modernidade tardia" ou "alta modernidade", ou seja, nossos tempos atuais, e a questão da construção das identidades dos sujeitos. Ao mesmo tempo em que o contexto repleto de transformações da modernidade afeta a constituição da auto-identidade, os sujeitos, na busca pelas auto-identidades, vão influenciar os contextos sociais mais globais. O autor vai analisar alguns aspectos-chave da modernidade e a questão das subjetividades:

> Além de sua reflexividade institucional, a vida social moderna é caracterizada por profundos processos de reorganização do tempo e do espaço, associados à expansão de mecanismos de desencaixe - mecanismos que descolam as relações sociais de seus lugares específicos, recombinando-as através de grandes distâncias no tempo e no espaço. A reorganização do tempo e do espaço, somada aos mecanismos de desencaixe, radicaliza e globaliza traços institucionais preestabelecidos da modernidade; e atua na transformação do conteúdo e da natureza da vida social cotidiana (GIDDENS, 2002, p. 10).

O "projeto reflexivo do eu", de que fala Giddens (2002), consiste na tentativa de construir uma identidade coerente, assim como uma narrativa

biográfica que faça sentido, mesmo diante da necessidade constante de reavaliação e das mudanças cada vez mais frequentes nos contextos sociais mais amplos, que vão oferecer constantemente uma diversidade de opções aos indivíduos. Para o autor, vivemos uma espécie de crise mais ou menos permanente que vai impor aos sujeitos a necessidade de transformações ativas. Desta forma, a auto-identidade é considerada uma das questões existenciais que se apresentam aos sujeitos contemporâneos e consiste em "algo que deve ser criado e sustentado rotineiramente nas atividades reflexivas do indivíduo" (GIDDENS, 2002, p. 54). Para além disso, a auto-identidade vai impactar na comunicação com outros indivíduos e na reação desses indivíduos perante a narrativa apresentada nesta interação: "Uma pessoa com um sentido razoavelmente estável de auto-identidade tem uma sensação de continuidade biográfica que é capaz de captar reflexivamente e, em maior ou menor grau, comunicar a outras pessoas" (GIDDENS, 2002, p. 55).

A fragmentação das identidades, portanto, é própria da contemporaneidade e se impõe a todos os indivíduos nos tempos atuais. Porém, se levarmos em consideração, como discutido mais acima, que os adolescentes têm a fragmentação como uma característica constituinte de si - uma vez que vivenciam um estado liminar e transitório - na contemporaneidade essa fragmentação se dá de maneira ainda mais poderosa e latente sobre eles. Portanto, talvez sejam os adolescentes contemporâneos aqueles que mais dificuldades vão enfrentar na tentativa de constituição de suas identidades.

Nesse processo de busca pela construção da auto-identidade, o indivíduo se vê, no dia-a-dia, perante a uma ampla e variada gama de escolhas, e conta com quase nenhuma ajuda para decidir o que selecionar. Neste contexto, para Giddens, o indivíduo acaba adotando um estilo de vida, inclusive é pressionado a fazê-lo, e pode orientar suas escolhas a partir daí. Os estilos de vida vão orientar o indivíduo nas decisões rotineiras do dia-a-dia, decisões que se referem não apenas ao que fazer, mas que se refletirão também em quem ser:

> Um estilo de vida pode ser definido como um conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo abraça, não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular da auto-identidade (GIDDENS, 2002, p. 79).

A adoção estratégica desses estilos de vida está relacionada a um planejamento estratégico da vida, quando envolve decisões que projetam ações futuras do eu. Funciona como uma preparação para o futuro ao mesmo tempo em que demanda constante reinterpretação e reavaliação do passado. Ambos, escolhas de estilos de vida e planejamento da vida, constituem ambientes institucionais que vão ajudar a dar forma às ações dos indivíduos.

O espaço que melhor possibilita o exercício de escolhas desses estilos de vida é o do lazer, não por acaso, também relacionado ao crescimento das culturas juvenis. Groppo (2000) estabelece uma relação entre a multiplicação de grupos juvenis informais com o crescimento dos espaços modernos de lazer, da cultura do consumo e da indústria cultural no século XX. Esse contexto possibilitou certo ganho considerável de autonomia para os jovens e, ao mesmo tempo, esta mesma juventude teve papel importante na consolidação do lazer inserido na cultura de massa:

> O lazer tornou-se a esfera de atividades por excelência, em que se exerce o consumo moderno. As juventudes tiveram grande participação nesse processo como agentes de criação e fomento dessa esfera – na arte-cultura (jazz, rock and roll), nos lazeres de sociabilidade (bailes, festas etc.), nos esportes, entre outros (GROPPO, 2000, p. 55).

Mais uma vez esta é uma questão-chave para os adolescentes. Ao se encontrarem em uma etapa de transição, eles estão gradativamente se afastando da influência das instituições tradicionais como família, escola e Igreja, para começar a realizar, de maneira mais efetiva, suas escolhas e a tomar as próprias decisões. É neste contexto que a cultura de massa assume uma influência decisiva na formação identitária desses sujeitos. A escolha por produtos culturais e, consequentemente, as escolhas de consumo, vão de certa forma materializar os estilos de vida escolhidos, funcionando como suporte e base de orientação do *self*. Sendo os bens de consumo dotados de valor simbólico, como discutiremos mais adiante, o adolescente não compra apenas o bem em si, mas ao mesmo tempo em que realiza determinada aquisição, está aderindo a ou mesmo assumindo certos valores e posições “embutidos” nos produtos. Escolher um bem em detrimento de uma quase infinita possibilidade de outros bens disponíveis é também um exercício de firmar posição. Essa relação, porém, não se encerra aí. No sentido inverso, essas escolhas já feitas, materializadas em bens de consumo outrora

adquiridos, vão servir como uma espécie de guia para esses indivíduos, a partir do momento em que compõem uma narrativa biográfica significativa, uma espécie de bússola, um indicativo de que direção seguir.

Para Rose de Melo Rocha (2008), mais do que oferecer opções de estilos de vida e de "modos de ser", a mídia, por meio de uma série de recursos os mais variados, oferece possibilidades de acesso a uma "visibilidade sociocultural":

> Dentre as estratégias adotadas para o estreitamento de vínculo com o público leitor, a mídia propõe a criação de todo um cenário ou cena interpretativa na qual se articulam – de modo sequencial, relacional e pouco hierárquico – diferentes fragmentos de visualidade e variadas proposições de visibilidade. Tal recurso faz ressoar modelos ideais de comportamento, sugestões acerca de estilo de vida, parâmetros de apresentação corporal e, obviamente, um verdadeiro álbum imagético que se oferece como referencial para construções identitárias (ROCHA, 2008, p. 126).

Tem-se que, ao mesmo tempo em que o indivíduo, em especial o jovem, se apoia na mídia e nas representações imagéticas nela veiculadas para obter algumas das bases para a constituição do *self*, é também através dessas representações que ele poderá obter visibilidade, tanto cultural, quanto social. Ao obter certa visibilidade e se reconhecer nela, mais uma vez sua construção identitária é fortalecida.

Edgar Morin (2011) já havia estudado esta relação de imbricação entre juventude e cultura de massa e apontava para uma promoção da juvenilidade nos bens culturais e a ascensão do tema da juventude como valor a ser perseguido por todos, independentemente da idade. Desta forma, segundo ele, a idade adulta se rejuvenesce e há a consolidação da adolescência como classe de idade no século XX. Morin destaca então que a contradição entre a busca simultânea por autenticidade e por integração na sociedade faz cristalizar na adolescência valores de contestação, que vão encontrar ressonância na cultura de massa, que tenderá a integrar esses temas dissonantes. Desta relação entre juventude e cultura de massa tem-se que:

> Enfim, no plano essencial, a ação prática dos grandes temas identificadores da cultura de massa (amor, felicidade, valores privados, individualismo) é mais intensiva na mocidade, a idade plástica por excelência, que em qualquer outra idade. A cultura de massa 'acultura' as novas gerações à sociedade moderna. Reciprocamente, a juventude experimenta de modo mais intenso o apelo da modernidade e orienta a cultura de massa nesse sentido. Há, portanto,

> intensificação, no plano da adolescência, dos conteúdos e dos efeitos da cultura de massa. Os modelos dominantes não são mais os da família ou da escola, mas os da imprensa e do cinema. Inversamente, porém, esses modelos são rejuvenescidos (MORIN, 2011, p. 152 e 153).

Portanto, para além de se referir a indivíduos em determinada etapa da vida, a juventude se firma como valor, dotado de atributos positivos, a ser almejado e perseguido pelos sujeitos contemporâneos de forma mais geral. Este valor é incorporado pela cultura de massa, que "devolve" aos indivíduos bens culturais que expressarão um estilo de vida jovem.

Os novos arranjos de consumo no mercado literário juvenil, assim como as peculiares relações entre os adolescentes e seus livros e autores preferidos, se apresentam como um caminho profícuo para uma reflexão a respeito dos jovens, seus processos constitutivos de identidade, e a imbricada relação desses fatores com a cultura de massa. Esta é a questão principal que guiará o próximo capítulo.

3
Consumo e o mercado literário juvenil

Neste capítulo, o objetivo é tecer reflexões acerca do consumo e do papel central que ele ocupa como estruturante da vida na moderna sociedade ocidental. A partir de considerações sobre o valor simbólico das mercadorias, pretende-se compreender mais especificamente algumas das dinâmicas que envolvem as relações entre os jovens e os livros no mercado editorial brasileiro. Serão apresentadas, ainda, algumas observações elaboradas com base em um estudo exploratório realizado com adolescentes leitores na Região Metropolitana do Rio de Janeiro.

3.1
A sociedade de consumo e o valor simbólico dos objetos

Afirmações como "Os bens são, portanto, a parte visível da cultura", (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013, p. 111) e "Nos bens, a cultura se faz ubíqua" (MCCRACKEN, 2003, p. 165) refletem um pensamento defendido pelos principais pensadores contemporâneos do consumo. É por meio do consumo que buscamos significado em nossas existências, não apenas como indivíduos, mas também como seres da coletividade, sendo que os bens são fundamentais para as próprias relações sociais. Enquanto fenômeno social e cultural, o consumo vai além do comércio, troca, compra e venda de mercadorias e serviços, é também e principalmente dotado de significação, preenchendo simbolicamente cada uma das etapas que perpassam o ciclo de vida de um bem, desde a sua concepção, produção, distribuição, passando pela comercialização, ritual de compra e também fruição. É justamente por conta do valor simbólico dos bens que o consumo ocupa posição tão central em nossa sociedade atual, de modo que ela seja por ele estruturada (ROCHA 1985, CAMPBELL, 2001; MCCRACKEN, 2003; BAUDRILLARD, 2008; SAHLINS, 2012; e DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013).

Marshall Sahlins aponta que o processo que envolve a produção das mercadorias visando o lucro, consiste na produção de diferenças simbólicas e significativas que serão atribuídas aos bens e que vão representar, por meio do

contraste com outros objetos, uma distinção social. Este processo de produção simbólica das mercadorias e sua transmissão é central na própria existência humana:

> O processo material de existência física é organizado como um processo significativo do ser social – o qual é para os homens, uma vez que eles são sempre definidos culturalmente de maneiras determinadas, o único modo de sua existência (SAHLINS, 2012, p. 187).

Os bens, portanto, não são consumidos por seu valor de uso e sim pelo valor simbólico, por "promessas" que carregam em si e que normalmente são superdimensionadas. Uma vez confrontadas com a realidade, porém, essas altas expectativas necessariamente geram frustração, através de uma não conformidade ou não correspondência entre o que é esperado e a experiência real vivenciada. Assim, tais signos podem ser rapidamente transferidos de um objeto a outro, que potencialmente carregará a promessa da satisfação pretendida. Considerando que este é um processo inevitável e cíclico, tem-se um cenário de rápido descarte de objetos e de uma frustração constante do consumidor, impulsionado a buscar sua satisfação sempre em um bem que ele ainda está por possuir. Essa sociedade, portanto, apresenta um caráter de ilimitação (CAMPBELL, 2001; MCCRACKEN, 2003; BAUDRILLARD, 2008).

McCraken destaca esse trânsito constante dos significados e sugere que este reside em três instâncias, que seriam o mundo culturalmente constituído, o bem de consumo e o consumidor individual:

> Identificaram-se na publicidade, no sistema de moda e nos rituais de consumo meios através dos quais o significado é extraído e transferido entre essas instâncias. A publicidade e o sistema de moda movem o significado do mundo culturalmente constituído para os bens de consumo, enquanto os rituais de consumo o transferem destes para o consumidor. Esta é a trajetória do movimento do significado cultural nas sociedades modernas desenvolvidas. (MCCRACKEN, 2003, p.120)

O autor trabalha com o conceito de "significado deslocado". Quando, ao serem confrontados com a realidade, os ideais dos significados não se fazem acessíveis, eles são transferidos da vida cotidiana para outro universo cultural, ali sim mantidos ao alcance, e podem, de certa forma, ser experimentados por sua existência em um outro mundo. Para McCraken, essa estratégia de deslocamento

do significado funciona tanto para nações e culturas quanto para os indivíduos, e podem, por exemplo, ser transferidos para o passado, a partir de experiências agradáveis já vividas, ou para o futuro que, uma vez não vivido, pode ser criado de forma idealizada pela mente. McCracken afirma que "os bens servem como pontes para o significado deslocado, tanto para os indivíduos quanto para os grupos" (McCRACKEN, 2003, p.141).

O que motiva a busca incessante por esse significado ideal é o que Campbell (2001) chama de "modelo hedonista de ação humana" e que consiste na busca individual pelo prazer como bem supremo. E, para além da realização do prazer em si, ao escolher e comprar um bem e acessar seu significado simbólico, o consumidor faz uso desse simbolismo para expressar valores, ideias, preferências e, em última instância, para construir e/ou reafirmar sua própria identidade, como demonstram Everardo Rocha (1985), McCracken (2003) e Baudrillard (2008).

Alguns dos principais pensadores contemporâneos do consumo afirmam que os bens comunicam, marcam posição e são instrumentos importantíssimos para a definição da identidade: "O homem precisa de bens para comunicar-se com os outros e para entender o que se passa à sua volta" (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013, p. 145). Portanto, os homens investem os bens de significados e vão operá-los como um sistema coerente de informações, utilizando-os como ícones de marcação, que serão fundamentais em seus relacionamentos sociais. McCracken também aponta a função existencial dos bens e assegura que os consumidores "usam o significado dos bens de consumo para expressar categorias e princípios culturais, cultivar ideias, criar e sustentar estilos de vida, construir noções de si e criar (e sobreviver) a mudanças sociais" (McCRAKEN, 2003, p. 11).

Rose de Melo Rocha (2008) propõe também o consumo como possibilidade de ação cidadã, política. Nesta perspectiva, pode ser considerado como uma arena na qual "eclodem e se agenciam conflitos, produzem-se enfrentamentos, rupturas, se estabelecem parcerias e se formulam proposições" (ROCHA, 2008, p. 122). Desta forma, para além dos impactos socioculturais nele engendrados, devem ser levados em consideração os modos de apropriação dos produtos, sobretudo os midiáticos e culturais. O papel da comunicação, destaca a autora, é fundamental ao dar visibilidade a uma variada gama de representações imagéticas que, por sua vez, se articulam a universos imaginários.

Cabe aqui um breve histórico com as mudanças que ocorreram em nossa sociedade desde o século XVI e que resultaram na dinâmica do consumo tal qual ele se apresenta nos dias de hoje. McCracken considera três episódios decisivos na história do consumo. O primeiro foi o *boom* que se deu na Inglaterra nos últimos 25 anos do séc. XVI, provocado pelo novo modo de governo imposto pela rainha Elizabeth I, que demandava altos gastos da nobreza na tentativa de garantir um bom relacionamento com a monarquia e a consequente competição social gerada entre os membros da própria nobreza. Em seguida, teve-se um novo marco no séc. XVIII, com a consolidação de dois aspectos já delineados no período elisabetano: o consumo individual em vez do familiar e o fortalecimento da moda instaurando novos comportamentos. Neste período teve-se ainda a expansão do mundo dos bens, possibilitando escolhas cada vez mais variadas e um expressivo aumento do número de consumidores, além de um grande crescimento de mercados no tempo e no espaço. McCraken afirma que: "cada vez mais o comportamento social convertia-se em consumo e o indivíduo era mais e mais subordinado a um papel de consumidor" (MCCRACKEN, 2003, p. 40). A terceira etapa, no século XIX, tem o consumo já amplamente instalado, uma interação permanente entre este e a mudança social, o surgimento das lojas de departamentos, a emergência de novas técnicas do marketing e o crescimento do repertório de "estilos de vida e de consumo" (MCCRACKEN, 2003).

Assim como McCracken, Colin Campbell se dedica a entender as razões que possibilitaram o que ele chama de "a revolução do consumidor", focando, porém, na Inglaterra do século XVIII. O sociólogo, então, procura entender a nova disposição para o consumo surgida no período e elenca fatores como a valorização do lazer, além da ascensão da moda e do amor romântico. Elemento-chave relacionado a todos esses fatores é o hedonismo moderno, caracterizado pela busca do prazer supremo, que impulsiona o consumidor à experimentação, à exposição constante a novos estímulos em busca de emoções prazerosas. O suporte ético e o fator legitimador para essa significativa mudança de atitude estaria no movimento romântico, que favoreceu o individualismo e valorizou a imaginação e a criatividade.

Tendo em vista que o *corpus* dessa pesquisa se encontra no universo literário, vale ressaltar a importância que Campbell dá à literatura e, em especial, ao romance, creditando a este, inclusive, um papel-chave para a configuração do

consumo moderno. Para o autor, a Revolução Industrial estava envolvida em uma revolução cultural mais ampla, de valorização do lazer, que criou as condições necessárias para a expansão do romance como gênero literário e um significativo aumento do público leitor de ficção. Neste contexto, aponta, houve uma grande expansão do mercado livreiro, que teve seu número de obras publicadas quadruplicado ao longo do século XVIII, com o desenvolvimento não só de novas técnicas de publicação, bem como de distribuição e comercialização de livros, e ainda a estabilização da profissão de autor. Esses romances faziam parte de uma indústria maior de produtos culturais populares criados no então bastante novo cenário do culto à sensibilidade. Ao despertar o gosto pela novidade e se fortalecer como "ponte" para o prazer autoilusivo, essa ficção disseminou e reforçou valores importantes que se alinhavam ao espírito do consumismo moderno (CAMPBELL, 2001).

Desses produtos culturais que se desenvolveram à época da Revolução Industrial podemos fazer uma ponte para uma análise mais contemporânea, ou seja, dos bens culturais enquanto subgrupo do mundo dos bens na atualidade. Para Baudrillard, os produtos da cultura de massa, assim como os demais bens de consumo são efêmeros: "Se tudo isso (livros, filmes, música) se vende e, por consequência, se consome, é porque a cultura se encontra submetida à mesma procura concorrencial de signos como qualquer outra categoria de objetos, sendo produzida em função de tal procura" (BAUDRILLARD, 2008, p. 136 e 137).

Mais particularmente dentro dessa discussão dos bens de consumo culturais, faz-se necessária agora uma breve análise do mercado editorial brasileiro, que aponta para um relevante crescimento do segmento juvenil. Cabe identificar algumas estratégias mercadológicas utilizadas pelas editoras para incentivar o consumo, traçando um paralelo com a forma como essas estratégias influenciam a relação simbólica do jovem consumidor com o livro enquanto bem cultural. Outro eixo da análise é o caminho inverso, ou seja, como o jovem influencia essa indústria, disposta a mudanças em sua própria estrutura visando conquistar esse importante público consumidor.

3.2
O jovem brasileiro gosta de ler, sim: cresce força e importância do público leitor juvenil no mercado editorial nacional

As primeiras obras voltadas para o público infantojuvenil surgiram na França, na primeira metade do século XVIII, mas sua expansão deu-se simultaneamente também na Inglaterra, no contexto da Revolução Industrial. No Brasil, a produção de livros voltados para esses leitores começa a acontecer de maneira incipiente no século XIX, inicialmente com a tradução de textos vindos de fora, e ganha maior relevância já quase no século XX, com o estímulo a uma produção nacional, imbuída do objetivo de incentivar valores como o nacionalismo e o patriotismo. É na década de 1930 que se dá um maior crescimento, puxado pelo sucesso de *Reinações de Narizinho*, lançado por Monteiro Lobato, em 1931, considerado o precursor da literatura infantil no país. (LAJOLO & ZILBERMAN, 2007).

Em artigo publicado em 1990, o poeta, crítico e ensaísta José Paulo Paes credita justamente à importância da obra do autor de *O sítio do pica-pau amarelo* o fato de que este segmento era, até então, o único imune à entrada dos livros estrangeiros traduzidos. Paes destaca também o livro *Meu pé de laranja lima*, de José Mauro Vasconcelos, lançado em 1968, traduzido para 16 idiomas e publicado em 20 países (PAES, 1990). Na década de 1970, a literatura infantojuvenil respondia por 8% dos lançamentos editoriais sendo que, 30 anos depois, essa participação aumentou para 25% (MARTHA, 2010). Já em 2013, pesquisa da multinacional GfK aponta que o segmento foi o que registrou maior crescimento no mercado editorial brasileiro na comparação com 2012, com um aumento de 24% nas vendas em livrarias[5].

A principal guinada se deu com a saga do bruxinho Harry Potter, de J. K. Rowling, com sete volumes lançados entre 1997 e 2007, traduzidos para 62 línguas, e com mais de 450 milhões de exemplares vendidos no mundo. É consenso no mercado editorial que o fenômeno Harry Potter revolucionou o segmento infantojuvenil no país, ampliando consideravelmente sua base de leitores. Depois dele, já são muitos os casos de sucesso de títulos que vieram de fora e que alcançaram expressivos números de vendas, como os da saga *Crepúsculo*, da americana Stephenie Meyer, e a série *Diário de um banana*, de

[5] MEIRELES, M. Pelas redes sociais, leitores influenciam produção de livros. **O Globo.** Rio de Janeiro, 24 dez. 2013. Disponível em: http://moglobo.globo.com/integra.asp?txtUrl=/cultura/pelas-redes-sociais-leitores-influenciam-producao-de-livros-11143634. Acesso em: 4 fev. 2015.

Jeff Kinney, que teve oito de seus títulos entre os mais vendidos de 2013 no segmento, de acordo com ranking da Publishnews[6].

Alguns autores nacionais também estão se consolidando como expoentes neste segmento. Entre eles, o destaque vai para Thalita Rebouças, com 18 livros publicados e mais de 1,5 milhão de exemplares vendidos, considerada um fenômeno de consumo junto ao público adolescente, e justamente por isso escolhida como objeto deste estudo. Além dela, vem ganhando bastante espaço também, entre outros, a escritora mineira Paula Pimenta, com 11 livros publicados e mais de 500 mil exemplares vendidos. Ambas são adeptas de versões mais modernas do já há muito consolidado gênero literário dos romances sentimentais. Vale destacar que um gênero específico dentro da literatura juvenil, o do realismo fantástico, tem conquistado cada vez mais leitores entre os jovens brasileiros. Alguns escritores de destaque dessas histórias são Raphael Draccon, que se consagrou com a trilogia *Dragões do Éter*, e ainda Carolina Munhóz, André Vianco e Eduardo Spohr.

A edição de 2013 da Bienal Internacional do Livro, realizada no Rio de Janeiro, confirma a crescente importância do público jovem na cena literária. O evento registrou o recorde de venda de 3,5 milhões de livros e um público total de 660 mil pessoas, a maioria jovem. A porcentagem de visitantes entre 14 e 29 anos subiu de 44% em 2011 para 51% em 2013 (isso sem levar em conta os alunos de escolas públicas que participaram de visitações escolares)[7]. A edição de 2014, realizada em São Paulo, manteve esta tendência. Foram 720 mil visitantes no total, sendo que os livros voltados para o público juvenil foram apontados pelas principais editoras como os campeões de vendas. Segundo a Record, os 30 livros mais vendidos no estande da editora eram voltados para o público jovem. A editora WMF Martins Fontes registrou o aumento de 20% no faturamento, puxada pelo sucesso das vendas do livro *Quem é você, Alasca?*, do americano John Green, autor campeão de vendas na literatura juvenil. A editora Rocco afirma ter obtido um aumento de 30% no faturamento em relação à edição do ano anterior e

---

[6] Lista de mais vendidos de 2014 – Anos anteriores. **PublishNews**. Disponível em: http://www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-anual.aspx?cat=11. Acesso em: 23 set. 2014.

[7] FREITAS, Guilherme. Bienal chega aos 30 anos com recorde de público jovem. **O Globo**.Rio de Janeiro. 8 set. 2013. Disponível em: http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/posts/2013/09/08/bienal-chega-aos-30-anos-com-recorde-de-publico-jovem-509562.asp. Acesso em 5 fev. 2015.

credita o bom desempenho a seu catálogo infantojuvenil[8]. Por conta de dados como esses, a grande maioria das editoras criou selos específicos para tratar do segmento: Rocco Jovens Leitores, Galera Record, Pequena Zahar, Planeta Jovem, Alfaguara Juvenil (da Editora Objetiva), entre outros.

Mesmo com essa expressividade crescente do público adolescente no mercado editorial, há uma enorme dificuldade para se definir a categoria "literatura juvenil", que se apresenta quase sempre englobada em "literatura infantojuvenil". O que se observa é que as duas categorias convivem paralelamente no mercado brasileiro. Apenas a partir da década de 1970 no Brasil é que começa a haver uma classificação específica para a "literatura juvenil", a partir do reconhecimento de instituições literárias que concedem prêmios ou realizam pesquisas específicas para o segmento dos jovens, o que só se consolida nos anos 1980 (CECCANTINI, 2010).

Vale dizer, porém, que mesmo nos casos em que é feita a separação "literatura infantil" e "literatura juvenil", os critérios são ambíguos. A título de exemplo, o regulamento do Prêmio Jabuti, por sua extensão considerado o maior e mais completo do Brasil na área literária, apresenta as seguintes definições: "Categoria infantil: textos ficcionais ilustrados, que podem ou não mesclar elementos do 'real' com o imaginado, destinados ao público infantil" e "Categoria juvenil: textos ficcionais, que podem ou não mesclar elementos do 'real' com o imaginado, destinados ao público adolescente".[9]

Essa dificuldade de definição do que seria exatamente a literatura juvenil pode estar relacionada com o fato de que o próprio adolescente é uma categoria social apenas recentemente considerada e normalmente associada a um espaço fronteiriço no qual ainda não é um adulto, mas também já deixou de ser criança. (ROCHA & PEREIRA, 2009, p. 15), conforme discutido no Capítulo 2 desta dissertação. Neste nosso estudo, o foco da investigação é a "literatura juvenil" e a consideraremos como aquela destinada ao público adolescente, mais

[8] RODRIGUES, M. F. Bienal do Livro em SP supera expectativas e leva720 mil ao Anhembi. **O Estado de S. Paulo.** São Paulo. 31 ago. 2014. Disponível em: http://cultura.estadao.com.br/noticias/literatura,bienal-do-livro-em-sp-supera-expectativas-e-leva-720-mil-ao-anhembi,1552619. Acesso em: 9 out. 2014.

[9] CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO. **Regulamento – Prêmio Jabuti 2014.** Disponível em: http://www.premiojabuti.com.br/content/regulamento. Acesso em 23 set. 2014.

especificamente à subcategoria denominada pelo mercado editorial de *young adult* e que engloba os jovens na faixa etária de 13 a 18 anos.

3.3
Consumo e relações simbólicas do jovem com a leitura

Pretende-se, agora, compreender um pouco melhor a dinâmica do mercado editorial juvenil, identificando algumas estratégias mercadológicas adotadas pelas editoras para aumentar as vendas e analisando de que forma essas estratégias impactam ou interferem nas relações simbólicas dos jovens leitores com seus livros e autores preferidos.

Um dos recursos que mais se destaca no mercado literário juvenil é a produção de livros em série. Aqui pode-se mencionar, inclusive, a mais bem sucedida delas, Harry Potter, de J. K. Rowling, composta por sete volumes; e ainda outros grandes sucessos de vendas como *Diário de um banana*, de Jeff Kinney, com dez títulos já lançados no país; *Crepúsculo*, de Stephenie Meyer, com três obras; e a trilogia *Jogos Vorazes*, de Suzanne Collins. Vale mencionar a série *Garotas da Rua Beacon*, da americana Annie Bryant, com 22 volumes no Brasil pela Editora Fundamento. Há bons exemplos nacionais também: a série *Fala Sério*, de Thalita Rebouças, com seis títulos; *Fazendo meu filme*, de Paula Pimenta, com quatro volumes; e *Dragões do Éter*, de Raphael Draccon, com três.

A identificação do público com os personagens fixos das séries é facilitada uma vez que os leitores já possuem uma história prévia com eles e potencialmente desenvolveram laços afetivos. Assim, costuma ser grande a expectativa pelas próximas aventuras desses personagens que os leitores já conhecem e gostam. Os livros seriados já são lançados com um poder de sedução potencializado frente ao público consumidor, que costuma aguardar com ansiedade os próximos títulos. Umberto Eco detalha o mecanismo da literatura sequenciada junto aos leitores:

> Na série, o leitor acredita que desfruta da novidade da história enquanto, de fato, distrai-se segundo um esquema narrativo constante e fica satisfeito ao encontrar um personagem conhecido, com seus tiques, suas frases feitas, suas técnicas para solucionar problemas... A série neste sentido responde à necessidade infantil, mas nem por isso doentia, de ouvir sempre a mesma história, e consolar-se com o retorno do idêntico, superficialmente mascarado (ECO, 1989, p. 123).

Outro recurso bastante utilizado no mercado literário juvenil contemporâneo é a publicação de livros em coautoria. Para exemplificar, podemos citar o lançamento em 2013 de duas obras, ambas assinadas por mais de um autor, que registraram números expressivos de vendas tão logo chegaram às livrarias. A primeira delas foi *O livro das princesas – Novos contos de fada*, uma reunião das releituras de quatro contos de fadas escritas por algumas das escritoras de grande destaque da literatura contemporânea: as americanas Meg Cabot, de *O diário da princesa*, e Lauren Kate, de *Fallen*, e as brasileiras Paula Pimenta, de *Fazendo meu filme*, e Patrícia Barboza, de *As mais*. O livro traz versões modernas para histórias clássicas das princesas dos contos de fadas e foi lançado pelo Grupo Editorial Record, entrando quase que instantaneamente nas listas de mais vendidos. “O livro já nasceu duplamente clássico e best-seller”, afirma a pesquisadora Andréa Leão. Para ela, ao unir em um mesmo título duas das mais consagradas autoras do mercado internacional às brasileiras contratadas da editora, a Record garantiu uma “transferência imediata de sacralidade” (LEÃO, 2013).

Outro exemplo bem sucedido é o livro *Ela disse, ele disse – O Namoro*, editado pela Rocco e assinado por Thalita Rebouças conjuntamente com um dos mais consagrados quadrinistas brasileiros, Maurício de Souza. Na obra, a escritora dá continuidade à história dos protagonistas Léo e Rosa, que foi apresentada ao público em volume anterior, o *Ela disse, ele disse*. Desta vez, porém, os personagens da *Turma da Mônica Jovem*, clássica criação do cartunista, também estão presentes no livro, à frente do que podemos chamar de uma segunda estrutura narrativa, em que aparecem como leitores da história principal de Léo e Rosa e fazem comentários entre um capítulo e outro, como se estivessem lendo “junto”, em sincronia com o leitor real e criando com ele uma relação de cumplicidade.[10].

O deslizamento das narrativas para outros suportes além do livro é outro recurso adotado com bastante frequência no segmento literário juvenil. Em seu

[10] No primeiro semestre de 2015, está previsto o lançamento, pela editora Gutemberg do livro *Um ano inesquecível*, que reunirá quatro das autoras brasileiras de maior sucesso: Thalita Rebouças, Paula Pimenta, Bruna Vieira e Babi Dewet. Cada uma delas escreverá um conto cuja narrativa se passa em uma das quatro estações do ano. Informações disponíveis em: Paula Pimenta prepara livro com Thalita Rebouças. Veja Rio. Rio de Janeiro. 28 ago. 2014. Disponível em: http://veja.abril.com.br/blog/meus-livros/eventos/paula-pimenta-prepara-livro-com-thalita-reboucas/. Acesso em: 15 nov. 2014.

artigo *Entre o texto e a imagem: a literatura equilibrista*, Vera Lúcia Follain de Figueiredo, a partir de uma análise do livro *A escrita – há futuro para a escrita?*, de Vilém Flusser, faz uma reflexão sobre a adaptação de textos literários para o cinema. A autora comenta as mudanças ocorridas, principalmente nas últimas duas décadas do século passado, na relação entre literatura e cinema, em que a literatura vai se assumindo cada vez mais como produtora de textos a serem usados no cinema. Sinaliza a aceleração do deslizamento dos textos do suporte impresso para os meios audiovisuais, com a redução do tempo entre a publicação do livro e sua adaptação para o audiovisual, chegando ao ponto, como ela destaca, de adaptações sendo feitas antes que o escritor coloque o ponto final em sua obra. Figueiredo atribui boa parcela de participação nessa tendência aos próprios autores contemporâneos, que já escrevem sob o signo da cultura audiovisual, com narrativas próximas à linguagem cinematográfica e uso de recursos que dão ao texto um ritmo mais acelerado, com a predominância de diálogos e o enfraquecimento do papel do narrador (FIGUEIREDO, 2012).

Esse 'deslize' das histórias dos livros para outros suportes, como o teatro, o cinema e a TV, é bastante comum na literatura juvenil contemporânea. Ao trazer, para cada um deles, a significação em relação à série, como mencionado nos itens anteriores, pode-se dizer que muitos bens culturais já possuem fãs, antes mesmo de terem sido disponibilizados para o consumo. Quando o público vê o anúncio de que a história de um *best-seller* será adaptada para o cinema, por exemplo, tem-se início toda uma mobilização em torno do tema: especulações sobre quais artistas representarão os personagens, a fidelidade ou não do diretor à história original, as possíveis surpresas a serem trazidas pela trilha sonora, entre muitas outras coisas. Do ponto de vista dos produtores da cultura, esses novos produtos funcionam como meio de vender mais a um público que já lhe é fiel. Pela perspectiva do consumidor, são novas oportunidades de prolongamento do prazer obtido com os livros e uma fonte de renovação simbólica dos mesmos.

As adaptações para o cinema de séries como *Harry Potter*, *Crepúsculo* e *Jogos Vorazes*, entre outras, foram grandes sucessos de bilheteria, mobilizando fãs no mundo todo, que enfrentavam filas enormes e longas esperas para ser um dos primeiros a terem acesso a esses longas-metragens. Quanto às narrativas nacionais, à frente neste quesito, sem dúvida, está Thalita Rebouças. Atualmente, há três projetos diferentes em produção para adaptar seus livros para o cinema. O

diretor Daniel Filho é o responsável pelo projeto cinematográfico de *Uma fada veio me visitar*, com estreia prevista para 2015. Já o livro *Ela disse, ele disse* será adaptado e produzido pela produtora LC Barreto e *Tudo por um namorado* é um projeto comandado por César Rodrigues.

Paula Pimenta começa a seguir por esse caminho. O livro *Fazendo meu filme 1 – A estreia de Fani*, o primeiro da série, já teve os direitos autorais negociados, está em fase de pré-produção e tem previsão de lançamento para 2015. O grande lançamento da escritora na Bienal do Livro de 2014 foi a adaptação das histórias e personagens da série para os quadrinhos, outro suporte que vem recebendo cada vez mais histórias inicialmente escritas nos livros para adolescentes. Vale ressaltar que essa trajetória de expansão para novos suportes como o cinema, porém, tem se mostrado mais difícil para os *best-sellers* juvenis do gênero do realismo fantástico. Os próprios autores apontam como justificativa o fato de demandarem investimentos mais altos, em virtude, entre outras coisas, da necessidade de uso de sofisticados recursos de efeitos especiais.

Muitas das obras atuais da literatura juvenil retratam universos bastante próximos ao do leitor, como acontece no caso dos livros das brasileiras Thalita Rebouças e Paula Pimenta. Os protagonistas são sempre adolescentes e as narrativas costumam girar em torno de questões marcantes para eles: o primeiro dia de aula em uma nova escola, os conflitos familiares, o início da vida amorosa e sexual, a lealdade e companheirismo dos amigos. São histórias divertidas, que sempre trazem um final feliz. Pode-se dizer que o jovem leitor consegue estabelecer laços mais rapidamente com essas obras, ao reconhecer a ambiência, compartilhar experiências semelhantes e ver retratadas algumas de suas principais questões. Ele é tratado como portador de questões próprias, lidando com etapas importantes e características de sua vida e as narrativas literárias podem ser um recurso de apoio para melhor compreensão do mundo e da própria vida:

> Os temas de fronteira em obras para crianças e jovens – compreendidos como situações-limite que configurem, no plano ficcional, etapas da evolução vividas pelo ser humano – ganharam força e podem ser aliados importantes para que esses leitores reconheçam suas angústias, faces diversas do medo que enfrentam cotidianamente – morte, separações, violência, crises de identidade, escolhas, relacionamentos, perdas, afetividades - a partir da leitura de narrativas contemporâneas (MARTHA, 2010, p. 3).

Diferentemente da vida real, porém, nos livros na grande maioria das vezes se tem o final feliz, o que acaba por proporcionar ao leitor vivenciar essa experiência prazerosa muitas vezes ainda não conquistada no âmbito de sua realidade.

Outra tendência vem ganhando cada vez mais força no mercado editorial: os escritores participam cada vez mais da divulgação de seus livros. Figueiredo aponta essa prática recente: “Tira-se partido do prestígio social da figura do escritor, reforçado pela mídia, que busca transformá-lo em celebridade” (FIGUEIREDO, 2012, p. 151). Um exemplo que pode comprovar a capacidade que um nome conhecido tem de alavancar vendas foi a revelação da escritora J.K. Rowling (de Harry Potter) de ser a verdadeira autora do livro *The Cuckoo´s Calling*, assinado com o pseudônimo de Robert Galbraith. Uma semana após a confirmação da real identidade da autora, o livro teve alta de 41 mil por cento nas vendas[11]. No caso brasileiro, há alguns autores da literatura juvenil que são tratados como verdadeiros *pop stars*. Thalita Rebouças e Paula Pimenta, por exemplo, possuem inúmeros fã-clubes espalhados pelo Brasil, são presenças constantes na grande mídia de massa e atraem multidões em eventos como a Bienal do Livro, em que jovens leitores não poupam esforços para chegar perto de seus ídolos e conseguir um autógrafo ou foto com eles.

Podemos analisar esse conjunto de recursos observados no mercado editorial juvenil contemporâneo – publicação de livros em série; lançamento de obras em coautoria; “deslizamento” das narrativas dos livros para outros suportes; estetização do cotidiano com ambientes ficcionais, narrativas e personagens bastante próximos ao leitor; e a consolidação da tendência dos escritores-celebridades - pela perspectiva do “devaneio” e da busca pelo prazer “auto-ilusivo” propostos por Campbell (2001).

Central para entender o pensamento do autor é o ‘“hedonismo moderno”, que trata da busca contemporânea pelo prazer que se apoia na valorização das emoções e sentimentos (e não mais das sensações, como acontecia no hedonismo tradicional). Mais especificamente, há um destaque para as emoções particulares,

[11] J. K. Rowling confirma segundo livro com pseudônimo Robert Galbraith. **Zero Hora.** Porto Alegre. 24 jul. 2013. Disponível em: http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-lazer/segundo-caderno/noticia/2013/07/j-k-rowling-confirma-segundo-livro-com-pseudonimo-robert-galbraith-4211002.html. Acesso em: 9 out. 2014.

íntimas, que se originam dentro de cada indivíduo e que o impulsionam para a ação. Aliado fundamental neste processo é o poder imaginativo e criativo, por meio do qual o indivíduo vai construir imagens prazerosas para seu próprio deleite. Dentre as categorias de construção de imagens, Campbell se dedica com maior atenção a duas delas: a fantasia, que envolve o poder imaginativo de criar algo que seja inclusive impossível – sendo que o próprio autor cita como exemplo o desejo de se tornar invisível – e o devaneio, este sempre ligado a algo possível, que mantém conexão com a realidade, ainda que de forma bastante idealizada. O ponto de partida para muito devaneio seria a capacidade de imaginar, tornando latente a possibilidade de que algo novo e emocionante possa acontecer inesperadamente, a qualquer momento. O próprio processo de antecipação imaginativa de um futuro extremamente agradável é prazeroso e excitante e se torna em si objeto de deleite.

O hedonismo moderno e a busca pelo prazer auto-ilusivo possuem relação direta com o consumo, uma vez que são os bens e mercadorias que na maioria das vezes vão desencadear o processo da imaginação prazerosa. Os devaneios se ligam a objetos de desejo, que carregam a promessa de realização das experiências antecipadas e realizadas. Porém, Campbell destaca a impossibilidade de a experiência real vivenciada corresponder às grandes expectativas da experiência imaginada por antecipação, pois "a vida real é cheia de imperfeições" (CAMPBELL, 2001, p. 127). Portanto, os devaneios, ainda que muito prazerosos na imaginação, não conseguem se realizar na prática. A frustação gerada daí, da diferença entre a experiência imaginada e a real, vai impulsionar o indivíduo a redirecionar suas expectativas para algum outro bem. Porém aí, mais uma vez, a expectativa não será alcançada, levando a um anseio constante por achar novos produtos que sirvam como objetos de desejo a serem repostos. Isto explica a busca pelas novidades, que se configuram em oportunidades não só de adiar a consumação do desejo, mas de criar novos. O autor aponta, ainda, que os bens culturais, e em especial os romances, são vistos pelos indivíduos como uma espécie de facilitadores do processo de desfrute imaginativo, ao acreditarem que sua aquisição e uso podem levar a sensações prazerosas ainda não encontradas na realidade e nos bens de consumo habituais:

> Fragmentos de histórias ou imagens, retirados de livros ou filmes, são muitas vezes utilizados como pedras fundamentais para esses edifícios de sonho continuamente ampliados, construções que, com o tempo, podem assumir proporções inteiramente colossais (CAMPBELL, 2001, p.136).

Talvez isso se dê pelo fato de que os bens culturais costumam despertar ligações emocionais com o público, são relações que se estabelecem, entre público e obras, baseadas nos sentimentos. Voltando, portanto, a pensar na indústria literária juvenil contemporânea, podemos inferir que essas narrativas proporcionam ao jovem leitor acesso a prazeres imaginados, que se dá ao mesmo tempo sobre experiências já vividas mentalmente (a partir dos livros já lidos) e aquelas apenas imaginadas (que o leitor supõe que encontrará na leitura dos próximos livros). Para o leitor assíduo de uma série, o próximo volume é visto com um potencial muito maior de engatilhar experiências prazerosas e imaginadas do que o lançamento do título de um autor ainda não conhecido, por exemplo, e com personagens também desconhecidos. O mesmo vale para o deslizamento das histórias dos livros para outros suportes, a partir do momento em que trata dessas mesmas narrativas e personagens com os quais o indivíduo já se envolveu emocionalmente. Esses novos produtos midiáticos vão dar margem para uma renovação do devaneio e da ilusão imaginada, reacendendo o desejo de vivencia-lo. No que tange às coautorias, pode-se dizer que o leitor pode associar este único título (escrito em coautoria) aos prazeres imaginados ligados às obras de cada um dos autores, mas com uma promessa de prazer maior, como se o prazer imaginado no autor "A" se somasse ao prazer idealizado no autor "B". Já o recurso da estetização do cotidiano facilita a identificação do público com ambientes ficcionais, narrativas e personagens que são bastante próximos ao leitor. Desta forma, ele facilmente consegue se imaginar como parte integrante das narrativas dos livros, o que possibilita a elaboração de devaneios que podem ser extremamente prazerosos. A celebrização dos autores cria um ambiente propício para criações imaginativas que se ligam diretamente aos autores, que muitas vezes se tornam ídolos, alçando o status do leitor ao de fã. Além das relações que se estabelecem com as obras em si, eles se ligam a esses ídolos e, ao lerem os livros de sua autoria, se sentem mais próximos deles. Vem daí muito do desejo de se aproximar o máximo possível deles, de estabelecer interações tão próximas quanto possível.

Cabe ainda retomar aqui as seis chaves-mestras para compreensão da adolescência, propostas por Rocha & Pereira (2009) e discutidas no Capítulo 2, e tentar estabelecer uma relação entre tais chaves e as características observadas no mercado editorial juvenil. A fragmentação da adolescência se reflete em recursos como a diversidade de títulos, os deslizamentos para outros suportes midiáticos e mesmo os livros escritos em coautoria. A ambivalência, caracterizada pela oscilação entre o mundo infantil e o adulto, pode ser observada na imprecisão do mercado ao tentar classificar o público, resultando em categorias fluidas e pouco elucidativas. A afetividade pode ser observada no vínculo emocional que os leitores estabelecem com seus livros, personagens e escritores preferidos. A busca pela autenticidade pode ser vista no fato de que, ao mesmo tempo em que compartilham a condição de admiradores e fãs dos mesmos produtos culturais, os jovens buscam uma diferenciação: querem vivenciar experiências únicas e se apropriar dos bens de maneira diferenciada. O gregarismo e a noção de grupo podem ser observados a partir da interação social e, consequentemente, das trocas simbólicas que ocorrem a partir do consumo dos livros e dos produtos a eles relacionados. Não compartilhar dessas experiências é estar à parte, à margem. Por fim, o questionamento e a busca por uma experiência de vida própria, característicos dos adolescentes, encontram ressonância da estetização do cotidiano trazida pelas obras, que colocam em pauta muitos dos assuntos próprios da juventude, podendo servir de gatilho para uma reflexão sobre tais questões.

3.4
“Consumo de experiência” na literatura juvenil

Para além das relações simbólicas que os jovens desenvolvem com os livros em si, há uma extrapolação do suporte e uma expansão para o universo ficcional e o mercado editorial de maneira mais ampla. O leitor não se contenta em desempenhar a sua função tradicional, mais passiva, de apenas proceder com a leitura em si, e deseja se envolver de maneira mais intensa com o livro, a narrativa, os personagens, os autores e demais componentes do universo literário como um todo. Processo semelhante foi estudado por Gomes (2007), ao desenvolver um estudo sobre *fansites* (sites produzidos e administrados por fãs)

de séries de TV norte-americanas. Na ocasião, a autora discutiu aspectos que envolvem o conceito de "consumo de experiência":

> Para o consumidor contemporâneo, não se trata apenas de satisfazer necessidades básicas ou supérfluas, buscar *status*, ou mesmo "ter para ser", mas de algo que alguns especialistas vêm denominando como "consumo da experiência": o consumidor sabe que bens, marcas, produtos ou serviços permitem o acesso direto a conteúdos e informações, além de conectá-los a determinadas paisagens imaginárias, permitindo fazê-los experimentar e partilharem diferentes formas de afetos, emoções, sentimentos e estados de subjetividade, muitas vezes sem precisar deslocar-se (GOMES, 2007, p. 315).

Pode-se afirmar que o "consumo de experiência" extrapola a compra e posse de um bem e visa a fruição de uma experiência que possui valor altamente significativo para o indivíduo, uma vez que está em sintonia com suas emoções e desejos. O consumidor dessas experiências assume um perfil mais dinâmico e um caráter mais ativo.

Como exemplo, podemos citar uma iniciativa, promovida por uma agência de viagens brasileira, que consiste no oferecimento de intercâmbios literários com leitores, acompanhados de seus autores preferidos, de maneira que possam ter acesso e vivenciar aspectos diferenciados dos encontrados nos livros. Em 2014, a escritora Paula Pimenta embarcou para um pequeno intercâmbio com quinze leitoras para a Inglaterra. A escolha de Brighton como cidade de destino se deveu ao fato de ser exatamente o mesmo lugar para o qual a personagem Fani - protagonista da série *Fazendo meu Filme*, a de maior sucesso da autora - realiza uma viagem de intercâmbio na narrativa ficcional. Desta forma, as leitoras não só puderam vivenciar, tal qual a personagem a experiência de uma viagem de intercâmbio para Brighton, mas a realizaram na companhia da escritora, a pessoa que idealizou não só a personagem Fani, mas também esta narrativa ficcional e que é, ainda, considerada um ídolo por essas leitoras.

Segundo foi possível acompanhar pelas próprias postagens da escritora nas redes sociais, os locais visitados pela personagem nos livros foram revisitados pelas leitoras: "Mas apesar da cidade não estar tão 'colorida' por causa do frio e da chuva, ainda assim pude mostrar para as meninas os lugares onde o Christian e a Fani passaram em 'Fazendo meu filme 2', inclusive o local onde ele a pediu em namoro! A gente entende a Fani, né? Em um lugar bonito desses não dava mesmo

pra resistir! ;-)" [12]. Com a viagem, e a visita aos locais citados nos livros, as leitoras expandem sua relação com as narrativas, conquistando a possibilidade de vivenciar experiências não previstas ou mesmo não possíveis apenas com a leitura do livro em si.

Essa busca pela vivência de experiências diferenciadas, porém, pode ser observada em atitudes mais comuns, acessíveis, que não envolvem um investimento financeiro relativamente alto como no caso de uma viagem de intercâmbio para o exterior. Muitas vezes, essas atitudes refletem uma tentativa do público em não só se aproximar o máximo possível do ambiente ficcional, mas até, ocasionalmente, interferir nele. É o que se pode observar com a cada vez mais próxima relação entre público, escritores e editoras, proximidade esta em muito facilitada pela popularização das redes sociais virtuais. Por meio delas, os jovens leitores indicam novos autores, são consultados sobre títulos a serem publicados, votam na escolha das capas, no formato, chegando a influenciar a agenda de lançamentos. Para as editoras, essa estratégia reduz os riscos mediante os investimentos necessários em todas as etapas de produção para o lançamento de um livro, uma vez que já obtiveram um *feedback* prévio de seu público-alvo com relação a determinado produto. Além disso, o acompanhamento dessas etapas pelo leitor gera nele um aumento de expectativa para adquirir e ler a obra quando ela finalmente chegar às livrarias. Neste processo, os jovens se sentem valorizados ao terem suas opiniões respeitadas e assumem para si mesmos um status de corresponsáveis pelo lançamento e sucesso de determinada obra.

Em diversas entrevistas veiculadas na mídia impressa e televisiva, as autoras Thalita Rebouças e Paula Pimenta afirmam estarem sempre atentas às demandas dos leitores, é como se as obras fossem lançadas para atender pedidos feitos expressamente pelo público, que assim assume um papel mais ativo no jogo de relações da indústria cultural. Rebouças conta, por exemplo, que o livro *Fala Sério, Filha*, teria sido solicitado pelas mães de suas leitoras que gostariam de "se vingar" da forma quase caricata com que foram retratadas no anterior *Fala Sério, Mãe*[13]. Conforme aponta Andréa Leão em análise sobre as duas escritoras:

---

[12] Blog Fazendo meu Filme. 2 mar. 2014. Disponível em: http://blogfazendomeufilme.blogspot.com.br/2014/03/segundo-dia.html. Acesso em 12 jun. 2014.

[13] MANCINI, Gabriella. Thalita Rebouças fala sobre novo livro, criado para "vingar os pais". **Folha de S. Paulo.** São Paulo. 22 abr. 2012. Disponível em:

> O que explica os sucessos de vendas, as reações apaixonadas, são os pactos de leitura firmados entre autores e público e um maior controle da produção e distribuição dos livros por parte dos escritores. Não por acaso, Thalita e Paula lançam mão dos suportes da escrita na *web*, *blogs* e redes sociais, possibilitando contato direto com o público de fãs-seguidores. O meio digital abre caminho para invenções autorais e, por conseguinte, para redefinições de interesses e reposicionamentos de indivíduos nos circuitos de produção e recepção. As novas mulheres de letras apostam na publicidade via internet como meio de consagração. Sem ambivalências, concebem os livros simultaneamente como obras literárias e produtos à venda. Para elas, o importante é corresponder aos horizontes de expectativas de meninas fãs de princesas e de meninos românticos (LEÃO, 2013, p. 3-4).

Para além dos leitores que buscam essa maior aproximação com os livros e escritores pela via dos canais tradicionais, há aqueles que, beneficiados pelo desenvolvimento e popularização de muitas novas tecnologias, requerem para si um papel bem mais ativo no que tange aos produtos culturais de massa. É quando o público se apropria de suas obras preferidas, promove sua adaptação e ressignificação, materializando-as em novos objetos e recolocando-as em circulação, disponíveis mais uma vez para o grande público. Tem-se aí o que Jenkins (2009) denomina de "cultura participativa" e que consiste na "cultura em que fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos" (JENKINS, 2009, p. 378). É neste contexto que surgem as *fanarts* (produção de arte pelos fãs), que Gomes (2007) afirma ser a manifestação concreta do "consumo de experiência":

> (As *fanarts)* traduzem uma gama muito rica de formas e modos pelos quais a vivência e o consumo dessa experiência ocorre pessoal e coletivamente nos *fansites*, já que há um investimento grande na sua produção. Não só elas envolvem o uso e o manejo de vários recursos e habilidades, desde a escrita (*fanfictions*), como até a utilização de *softwares* sofisticados para tratamento e manipulação digital de imagens (animações, vídeos, etc.). Tudo isso feito em nome do amor que sentem pelas séries e suas personagens prediletas (GOMES, 2007, p. 325).

Retomando a discussão de Campbell (2000) sobre o devaneio, tem-se que, ao participar do processo de produção do produto cultural em si, inserindo aí elementos de acordo com seus próprios gostos e preferências, os leitores ampliam suas possibilidades de devaneios imaginativos, assim como os prazeres a eles

---

http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/1079751-thalita-reboucas-fala-sobre-novo-livro-criado-para-vingar-os-pais.shtml. Acesso em: 10 out. 2014.

associados. Mais que isso, para Gomes (2007), "essas fantasias, que antes ficavam represadas como parte de um "eu" íntimo e indevassável, puderam vir agora a público e serem trocadas coletivamente entre os membros de um *blog*, um fórum de discussão ou mesmo um *fansite*, na forma de uma *fic*." (GOMES, 2007, p. 333). Para a autora, as intervenções do público, sejam na forma da elaboração de narrativas paralelas ou em uma grande variedade de demais objetos visuais, tornam-se um importante fator de distinção, conferindo à experiência um "grau de raridade" ou "uma aura especial" que em muito se diferencia do consumo de massa. De certa forma, o devaneio resvala no mundo real, adquirindo uma materialidade, embaçando as fronteiras entre o real e o imaginário, e se impondo de maneira a não só proporcionar vivências prazerosas, mas também de modo a renovar e consolidar a ligação afetiva do indivíduo com o universo imaginário em questão.

3.5
Reflexões a partir de um estudo exploratório: o que alguns jovens do Rio de Janeiro contam sobre sua relação com os livros

Com o objetivo de ampliar a compreensão das dinâmicas do mercado editorial juvenil no país e visando uma aproximação maior com o universo literário dos adolescentes, foi realizada, no mês de novembro de 2014, uma pesquisa exploratória com 126 jovens leitores, todos da Região Metropolitana do Rio de Janeiro. O estudo foi desenvolvido pelos alunos da disciplina Pesquisa de Mercado, da graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio, com coordenação da Professora Doutora Cláudia Pereira, também orientadora desta dissertação. A abordagem foi feita por meio da aplicação de questionários e o universo pesquisado consistiu em jovens com idade entre 13 e 18 anos, sendo 76% do sexo feminino e 24% do masculino. Todos se declararam leitores de livros impressos e afirmaram terem lido no mínimo três livros nos doze meses anteriores à pesquisa. A partir dessas informações, consideramos este público como leitor, podendo ser considerado dentro da categoria *young adult*, contemplada pelo mercado editorial.

Quando perguntados sobre o tipo de livro que costumam ler, em questão com resposta múltipla, as duas alternativas mais mencionadas foram romance, com 72%, e literatura fantástica, com 48%. A tendência se manteve quando

solicitados a escolher apenas um gênero literário de preferência, em questão com resposta única, cujos resultados totalizavam 100%: 41,6% indicaram o romance como gênero de preferência, seguido de 18,4% de pessoas que afirmaram preferir a literatura fantástica. Os escritores mais conhecidos dos entrevistados são também representantes desses dois gêneros. Quando perguntados sobre quais autores conhecem, os resultados mais significativos foram: J. K. Rowlling, da saga fantástica *Harry Potter*, com 65,6% das citações; John Green, autor americano de inúmeros romances *best-sellers* como *A culpa é das estrelas* e *Deixe a neve cair*, com 64%; Stephenie Meyer, autora da série de literatura fantástica *Crepúsculo*; e Thalita Rebouças, autora de romances juvenis contemporâneos, com 49,6% de citações, sendo a escritora brasileira mais conhecida entre o público pesquisado, de acordo com as respostas obtidas. Esses resultados estão em consonância com o que vinha sendo observado nesta pesquisa, com os livros de ambos os gêneros, romance e literatura fantástica, e dos autores citados nas listas de mais vendidos para o público juvenil.

Quando perguntados sobre quantos livros já leram de seu autor preferido, as respostas foram equilibradas: 34,15% responderam que leram entre um e três livros; 35,77% afirmam terem lido entre quatro e seis títulos; e 30,08% indicaram a leitura de sete ou mais livros escritos pelo autor de sua preferência. Se o fato de um autor ser já conhecido por eles incentiva a leitura de alguns títulos, a editora das publicações parece ocupar uma posição de menor importância: apenas 43,2% afirmaram saber qual a editora de seu livro preferido, em oposição a 56,8% que disseram não saber qual a editora responsável pela publicação.

No que tange a relação dos amigos com os livros, 64,8% afirmaram que seus amigos leem o mesmo tipo de livros que eles e outros tipos também; 18,4% disseram que os amigos costumam ler o mesmo tipo de livros; 8,80% indicaram que os amigos leem tipos diferentes de livros que os seus; 5,6% afirmaram que os amigos não leem nenhum tipo de livro; e 2,4% dos entrevistados não souberam responder à pergunta. Quando perguntados sobre quais autores os amigos costumam ler, as respostas mais comuns foram: J.K. Rowlling, com 51,30%; John Green, com 50,43%; Stephenie Meyer, com 33,91%; Thalita Rebouças, com 24,35%; Suzanne Collins, com 19,13%; e Paula Pimenta, com 13,04%. Mais uma vez aqui, os líderes de vendas no segmento juvenil foram os mais citados.

No que diz respeito à relação com os livros no dia-a-dia, enquanto hábito, a abordagem aos adolescentes apontou dados interessantes. Ao serem perguntados sobre como têm acesso aos livros, as respostas foram: 59,2% compram com os pais; 52,8% ganham de presente; 49,6% pegam emprestado com os amigos; 40% compram com sua mesada; e 23,20% afirmaram que pegam emprestado em bibliotecas. Podemos aqui fazer uma observação: as três respostas mais citadas apontam para uma socialização da atividade da leitura, no sentido de que, ainda que ela seja realizada de maneira individual, se beneficia da aprovação pelos outros. Neste sentido, o fato de o hábito da leitura ser visto como uma atividade envolvida em valores positivos, tanto pelos pais quanto pelos amigos, facilita o acesso aos livros e estimula ainda mais essa leitura. Isso pode ajudar a explicar porque alguns autores se esforçam em manter um bom relacionamento com o público, que vai além do perfil de seu "leitor-alvo". Thalita Rebouças é um bom exemplo disso. Sua série *Fala sério!* começou com o grande sucesso *Fala Sério, mãe!,* retratando o ponto-de-vista da adolescente Malu no relacionamento com sua mãe. Em seguida, mantendo a personagem já querida pelo público, a escritora escreveu outros volumes, voltados para mostrar a perspectiva da mãe, do professor, da amiga e do namorado. Sem perder o foco na adolescente do sexo feminino, a autora mostra um esforço, ou ao menos uma vontade, de se relacionar com um público mais amplo, que pode se tornar também seu leitor, ou ao menos, incentivará seu público principal a continuar lendo.

De volta à pesquisa, diante da pergunta "Onde você guarda seus livros", as respostas foram: 83,2% na estante; 27,2% no armário; 26,4% na mochila; 21,6% em cima da mesa; e 15,2% na gaveta. Com relação à leitura em si, quando perguntados sobre como se dá essa leitura, 52% afirmaram ler todo dia um pouco; 25,6% disseram ler quando têm vontade; 16,8% indicaram que leem de uma vez só; e 3,2% contam que leem quando não têm nada pra fazer. Diante da pergunta sobre se levam consigo os livros para algum lugar, 87,2% respondeu que sim. Desses, 76,15% levam os livros à escola; 59,63% em viagens; 47,71% no transporte (ônibus metrô, carro); 18,35% citaram outras opções; e ainda 3,67% afirmaram levar seus livros para a academia. O fato de mais da metade (52%) dos entrevistados afirmar que lê um pouco todo dia e de 87,2% dizerem que carregam os livros consigo aos mais diversos lugares, indica a relação com o livro como parte integrante de um hábito cotidiano. O livro e a leitura fazem parte da vida

deles, estão de certa forma bastante presentes, o que ajuda a explicar o vínculo afetivo que é então construído.

O questionário abordou também a inserção desses adolescentes nas redes sociais e 100% deles afirmou possuir perfil em alguma dessas redes, sendo que as respostas mais comuns foram: 95,2% no *Facebook*; 72,8% no *Instagram*; e 56% no *Twitter*; e ainda 8,8% indicaram alguma outra rede. Do total de jovens que respondeu à pesquisa, 64% afirmaram que segue ou curte alguma página relacionada a seus livros nas redes sociais e 52,8% que seguem ou curtem alguma página relacionada a algum autor. Dentre esses últimos, os autores mais citados foram: John Green, com 46,97%; J.K. Rowling, com 37,88%; Thalita Rebouças e Kiera Cass, com 18,18% cada uma; Suzanne Collins, com 16,67%; e Nicholas Sparks e Cassandra Claire, com 10,61% cada um. Perguntados se seguem ou curtem alguma página nas redes sociais relacionada a alguma série, saga ou livro específico, 72,8% responderam que sim. Dentre eles, as obras cujas páginas foram mais seguidas ou curtidas foram: *Harry Potter*, com 59,34%; *Jogos Vorazes*, com 42, 86%; *Crepúsculo* e *Pretty Little Liars*, com 24,18% cada um; *Percy Jackson*, com 19, 78%; *Fala Sério* (de Thalita Rebouças), com 9,89%; *Diário da Princesa* e *A Seleção*, com 8,79% cada; *Instrumentos Mortais*, com 7,69%; e *Fazendo meu filme* (de Paula Pimenta), com 6,59%.

Levando em consideração a vontade ou não de tentar estabelecer um contato mais próximo com seus autores preferidos, perguntou-se aos entrevistados se já foram a algum evento como tarde de autógrafos ou encontro de fãs, ao que 33,33% responderam que sim. Destes, 45,24% afirmaram terem ficado sabendo do evento pelo *Facebook*; 33,33% através de amigos; 16,67% pelo *Twitter*; 9,52% por *fansites*, 4, 73% por sites de livrarias; e 2,38% por jornal/ revista. Ao serem perguntados se participam de algum fã-clube de autores ou livros, apenas 12,10% dos entrevistados responderam que sim. Solicitados a dizerem ao fã-clube de que autores eles participam, tivemos: J. K. Rowling, com 60%; John Green e Suzanne Collins, com 20% cada; e Thalita Rebouças, Paula Pimenta, Bruna Vieira, Nicholas Sparks, Cassandra Claire, Veronica Roth e Kiera Cass, cada um deles com 6,67% de citações. Já com relação aos fãs-clubes de livros, as respostas foram as seguintes: *Harry Potter*, com 66,67%; *Percy Jackson* e *Jogos Vorazes,* com 20%; *Fala Sério* e *Crepúsculo,* com 13,33% cada; e *Fazendo meu filme*, *Tudo por um pop star, Instrumentos Mortais* e *Diário da Princesa*, cada um com

6,67%. O fato da escritora inglesa J. K. Rowling e sua saga *Harry Potter* ocuparem a primeira e segunda colocação nas respostas para essas questões acima confirma o poder da franquia que é considerada o grande divisor de águas na literatura juvenil mundial, tendo criado uma nova geração de leitores. Tem-se a impressão de que a grande maioria dos entrevistados já teve algum contato com a série, seja pela leitura dos livros em si, pela adaptação dos mesmos ao cinema, pelo sem-número de produtos licenciados ou quaisquer outras possibilidades. Mais que isso, esse contato parece ter sido positivo na grande maioria das vezes, pois as lembranças indicam um vínculo afetivo, seja com o livro, seja com a autora.

Com relação à Bienal do Livro, 84,8% afirmaram já ter ido alguma vez, sendo que 28,35 foram apenas uma vez; 33,96% duas vezes; 21,70% três vezes; 6,6% quatro vezes; e 9,43% cinco vezes. Quando perguntados sobre a principal motivação para ir ao evento, 54,72% disseram que foi a compra de livros; 15,09% afirmaram que foram por lazer; 10,38% foram motivados pela presença de autores; e 4,72% foram em busca de eventos especiais. Sobre o fator de maior influência na hora da decisão da leitura, os entrevistados responderam: 29,6% que é o tema/gênero; 22,4% que é a indicação de amigos; 12% que a escolha é feita pela capa; 8% pelo autor do livro; 7,2% pelo título; 4,8% pela popularidade/fama da obra; 1,6% pela indicação da escola e também 1,6% pela aparição nas listas de livros mais vendidos.

No que diz respeito à leitura em si, quando perguntados sobre por que gostam das histórias dos livros que leem, 56,8% responderam que se identificam com algum personagem; 44,8% afirmaram que desejariam viver uma vida como a do personagem; 20,8% disseram que é porque se identificam com o autor (a); 19,20% porque o livro tem uma linguagem fácil de entender; e 11,20% afirmaram que os livros contam histórias que eles já viveram. As respostas a esta pergunta indicam a importância das representações sociais: a forma como os jovens são retratados nos livros é fundamental para a identificação ou não com os personagens e também fator decisivo para que aqueles personagens sejam vistos como inspiradores. Este é um fator determinante para o sucesso dos livros e, por isso, o Capítulo 5 desta dissertação será dedicado à análise dessas representações sociais juvenis, em especial nos livros da escritora Thalita Rebouças, objeto de nosso estudo de caso.

Vale ainda aqui o registro da pergunta sobre qual o significado para os jovens dos autores que eles gostam. As respostas foram: 42,4% inspiração; 14,4% ídolo; 13,6% conselheiro; 8,8% amigo; e 20,8% afirmaram que nenhuma das alternativas anteriores. Esse caráter de inspiração e de ídolo assumido pelos autores preferidos diante de seus leitores e fãs será estudado no próximo capítulo, quando se pretende refletir sobre as celebridades contemporâneas e o fascínio que elas despertam no público. Thalita Rebouças, a escritora brasileira apontada nesta abordagem exploratória como a mais conhecida dos entrevistados, será estudada em particular, a partir de registros variados de sua grande visibilidade midiática.

4
Cultura de massa e celebridades

Na busca pela constituição e definição do self, o adolescente vai adotar um estilo de vida que lhe oriente em suas escolhas e o ajudará a construir uma história e um modo de vida coerentes. Neste processo, o consumo assume um papel fundamental, uma vez que as mercadorias ajudam a marcar escolhas, valores e afinidades. Neste capítulo, mais especificamente, pretende-se analisar a demanda e consumo de bens culturais pelo jovem, que por sua vez ajudaram a constituir as bases das culturas juvenis, assim como da própria cultura de massa, de maneira mais geral. As celebridades, um dos ícones da cultura de massa, vão ser alvo aqui de especial atenção.

4.1
Cultura de massa e culturas juvenis

É no começo do século XX, segundo Edgar Morin, que a industrialização se propaga pelas sociedades modernas ocidentais, dando origem a uma segunda industrialização, "a que se processa nas imagens e nos sonhos", e que se dá principalmente por meio de uma grande oferta e igualmente grande comercialização de produtos culturais. É neste cenário que serão estabelecidas as condições para o surgimento da cultura de massa, "produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial; propagada pelas técnicas de difusão maciça (...); destinando-se a uma massa social, isto é, um aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além das estruturas internas da sociedade (classes, família etc.)" (MORIN, 2011, p. 4). Nascida nos Estados Unidos e possibilitada pela expansão de novas tecnologias, a cultura de massa rapidamente se disseminou pelos continentes, se consolidando como uma cultura quase universal.

Martin–Barbero (2009) aponta que a comunicação passou a ocupar um lugar estratégico e central no próprio modelo de sociedade que temos hoje e que reflete justamente o processo de modernização e crescente proliferação de tecnologias que se tem em nossos tempos atuais e que, por sua vez, estaria imbricada com a “tardomodernização”, termo a que o autor recorre para se referir à contemporaneidade. Para Martin-Barbero, “a mediação televisiva ou radiofônica

passou a constituir, a fazer parte da trama dos discursos e da própria ação política" (2009, p. 14).

Já no início da década de 1960, quando Morin publicou seus estudos sobre a cultura de massa, era possível perceber o brilhantismo e coerência de seu diagnóstico e análise de então. Quase quatro décadas depois, o americano Todd Gitlin (2003) confirma a precisão do raciocínio de Morin e aponta para uma cada vez maior intensificação das premissas de tal cultura:

> A internet redistribui o fluxo das mídias ilimitadas, mas não o seca. Quando se consideram as horas simultâneas e adicionais de exposição a rádio, revistas, jornais, CDs, filmes (disponíveis em várias tecnologias e também nos cinemas) e quadrinhos, além dos artigos, livros e conversas secundárias sobre o que estava, está ou estará no ar em todos esses meios de comunicação, fica claro que o fluxo das mídias dentro do lar – sem falar fora dele – se espessou até virar uma torrente de imensa força e constância, um complemento da vida que se transformou em vivência fundamental (GITLIN, 2003, p. 28).

Nos dias atuais, com o surgimento e difusão de novas tecnologias, o indivíduo, por meio dos mais diversos *gadgets*, pode levar consigo a todos os lugares a sua "corrente particular", como aponta Gitlin, dando destaque à portabilidade e miniaturização tão características da contemporaneidade. Não é mais necessário, por exemplo, estar em casa para ter acesso à programação da TV. O indivíduo agora tem acesso a ela de qualquer lugar em que esteja, por meio de seus próprios aparelhos tecnológicos pessoais.

A cultura de massa está imbricada na questão do consumo. Visando o alcance de um público sempre o maior possível, despertando o interesse do maior número de pessoas, a cultura de massa busca uma mescla de informações bastante variadas e de origens diversas. Da mesma forma, possíveis conteúdos que possam vir a desagradar ou mesmo chocar, são submetidos a um tratamento homogeneizante, de forma a se tornarem mais atraentes ao público em geral. É o sincretismo de que fala Morin (2011) e que visa um denominador comum imaginário, que representaria o típico consumidor médio.

Renato Ortiz (2003) reflete sobre uma "estandartização" da esfera cultural no que tange aos produtos voltados para o consumo mundial, mas alerta que esta padronização não implica em homogeneidade, uma vez em que não se poderia falar na dissolução das culturas individuais. O autor defende que esta cultura em grande escala, massificada, a qual ele se refere como cultura "mundializada",

convive com uma enorme variedade de manifestações culturais, e delas se alimenta. Se, por um lado, como vimos, há uma grande tendência à padronização, por outro se prolifera a oferta de produtos que vai atender a públicos de perfis variados. Segundo Renato Ortiz, observa-se uma classificação e hierarquização do público, que se dá baseada em estilos de vida, que vão priorizar os valores, hábitos e preferências do consumidor. O mercado vai reconhecer a diversidade de estilos de vida de seu público e oferecer produtos que atendam às demandas de cada um deles. Isso de forma alguma, porém, foge aos preceitos da cultura massiva e mundializada de que fala o autor.

O desenvolvimento da cultura de massa está associado também à expansão do lazer. Com as conquistas trabalhistas e a redução da carga horária de trabalho, houve uma maior disponibilidade de tempo livre, que é então apropriado pela cultura de massa. A ética do lazer, como aponta Morin, prega a necessidade de se aproveitar este tempo livre, de se ocupá-lo com atividades prazerosas, de consumi-lo e a cultura entra aí com grande força, por meio dos espetáculos, competições e atrações na televisão, entre outros. O consumo de produtos culturais aponta também para um consumo imaginário, que se dá no duplo movimento de projeção e identificação:

> Existe, na relação estética, uma participação ao mesmo tempo intensa e desligada, uma dupla consciência. O leitor de romance ou o espectador de filme entra em um universo imaginário que, de fato, passa a ter vida para ele, mas ao mesmo tempo, por maior que seja a participação, ele sabe que lê um romance, que vê um filme (MORIN, 2011, p. 69).

Um dos grandes estímulos para essa identificação do público com os enredos e seus heróis se dá com uma tendência de estetização do cotidiano, que aproxima as narrativas artísticas da vida real dos espectadores. O elo sentimental que une espectador e herói se fortalece, de modo que o primeiro passa a considerar também sua a vitória do segundo. É como se o público compartilhasse as glórias e alegrias conquistadas pelo herói. Esse processo vai ajudar a consolidar a ascensão do *happy end* e a valorização da felicidade e do amor, que se tornarão verdadeiras obsessões na cultura de massa. Morin afirma que o amor da cultura de massa busca inspiração na vida real e, ao mesmo tempo, funciona como modelo para seu público: "Assim se dá o circuito entre o filme e a vida, entre o imaginário e o real: a necessidade de amor experimentada no decorrer da vida encontra no

filme seus modelos, seus guias, seus exemplos; estes passam a aparecer na vida e dão forma ao amor moderno" (MORIN, 2011, p. 131).

Para garantir a continuidade do funcionamento deste mecanismo de projeção-identificação, há uma preocupação em abordar de maneira especial as crianças, que serão as consumidoras da cultura de massa adulta do futuro. Morin aponta que a imprensa infantil funciona como uma preparação para o consumo de produtos culturais adultos, o que se dá através de duas vias: por um lado, conteúdos infantis são disseminados nos grandes jornais, iniciando uma aproximação com esse público; por outro lado, há desenvolvimento de produtos específicos para o público infantil, despertando nele o hábito para o consumo deste tipo de informação. Desta forma, haveria uma tendência a um foco intermediário em toda a cultura de massa, que seria a "dominante juvenil" (MORIN, 2011, p.29).

O valor da juventude é central na cultura de massa e sua ascensão, a partir de 1950, se deu em oposição à desvalorização da velhice: "O novo modelo é o homem em busca de sua autorrealização, através do amor, do bem-estar, da vida privada. É o homem e a mulher que não querem envelhecer, que querem ficar sempre jovens para sempre se amarem e sempre desfrutarem do presente" (MORIN, 2011, p. 147). Isso não quer dizer que a cultura de massa esteja focada apenas nos jovens, mas que a juventude se estabelece também como valor a ser perseguido por todos, independente da idade. O autor aponta que, mais especificamente dentro da juventude, a adolescência desponta como classe de idade no século XX:

> Se sempre existiram, em um momento da evolução juvenil, componentes adolescentes que correspondem à puberdade ou à integração social no universo adulto, a adolescência como tal não aparece senão no momento em que o rito social da iniciação perde sua virtude operadora, perece ou desaparece. A adolescência é, de fato, a idade da busca individual da iniciação, a passagem atormentada entre uma infância que ainda não acabou e uma maturidade que ainda não foi assumida, uma pré-sociabilidade (aprendizagem, estudos) e uma socialização (trabalho, direitos civis) (MORIN, 2011, p. 149).

No volume 2 – Necrose, de seu *Cultura de massas no século XX*, Morin analisa o surgimento de uma cultura adolescente própria, que emerge na cultura de massa, a partir da década de 1950, considerando que esta cultura adolescente está associada à escolaridade prolongada e à condição de estudante. Tal cultura, que

ele chama de "adolescente-juvenil", começa com o aparecimento de filmes como *Rebel without a cause* (RAY, Estados Unidos, 1955) e *The wild one* (BENEDEK, Estados Unidos, 1953)[14], protagonizados respectivamente por James Dean e Marlon Brando, que mostram adolescentes heróis, que questionam o mundo adulto e buscam valores que lhes são mais autênticos. Morin destaca que, ao mesmo tempo em que essa cultura juvenil é parte integrante da cultura de massa, busca uma diferenciação. É uma cultura mista, que integra os valores de rebeldia e revolta da adolescência, mas de maneira amenizada pelo sistema:

> O sistema utiliza a criatividade dos meios marginais, como no plano adulto utiliza a criatividade dos artistas, mas traz os padrões de produção, as censuras e acomodações. Assim, pode-se dizer esquematicamente que esta cultura é criada pela adolescência, mas que ela é produzida pelo sistema. A criação modifica a produção e a produção modifica a criação. De parte a parte desta zona central ambivalente da cultura juvenil existe a ala "direita", quase inteiramente integrada e integracionista, com culto das vedetes (...); e existe a ala "esquerda", em que a destruição supera o consumo, em que se está muito perto da violência, das drogas fortes, do L.S.D., da denúncia dos valores oficiais, da contestação política (MORIN, 2009, p. 140)

Além da busca pela autenticidade, há uma busca por emancipação. Para Morin, esses jovens não querem se igualar aos adultos, querem uma equiparação de direitos e em liberdade, mas desdenham de seus valores e comportamentos e não querem ser iguais à geração mais velha. Morin afirma que se pode falar de uma 'classe de idade' da adolescência a partir do momento em que há um compartilhamento de traços distintos comuns. Não é a cultura de massa que cria essa "classe de idade", mas sem dúvida estabelece condições favoráveis para sua consolidação.

Vale ressaltar que essa cultura de massa juvenil também tem um caráter de universalidade e se propaga não só dos centros urbanos rumo aos campos, mas também dos Estados Unidos, onde surgiu, em direção a um sem-número de países. E foi de maneira dispersa pelos continentes, que entre os anos 1955-1956, expressões de movimentos estudantis começaram a surgir quase ao mesmo tempo, sempre com características revolucionárias. Uma segunda fase desses movimentos de contestação ocorreu, segundo Morin, por volta dos anos 1963-1965 e ganharam força a partir daí. O ápice desta luta se deu em Maio de 1968 na França, quando as

[14] Filmes lançados no Brasil com os nomes *Juventude Transviada* e *O Selvagem*, respectivamente.

reivindicações antes restritas ao universo estudantil ganham força e abrangência e passam a simbolizar uma luta contra a sociedade estabelecida, de modo mais geral. Vale dizer que os movimentos estudantis foram concomitantes ao ganho de importância dos jovens na cultura de massa. Para Hobsbawn (1995), é só nesta década de 1960 que os estudantes, em números bastante expressivos, passam a se constituir uma força inegável, tanto social quanto politicamente. Além de se movimentarem pelas fronteiras sem dificuldades, os jovens tinham muita facilidade em lidar com as novas tecnologias de comunicação, utilizando-as em seu favor para propagar suas ideias e ideais. Para o historiador britânico, esses fatores contribuíram para que a cultura juvenil se firmasse como dominante nas economias desenvolvidas.

É justamente na cultura de massa, segundo Morin, que o jovem vai buscar modelos e referências, considerando que, na adolescência, as personalidades ainda não estão completamente formadas e as identidades estão em formação. O cinema, a imprensa e a TV vão gradativamente assumindo o papel de referência principal que, até então, ficava a cargo da família ou da escola. Neste processo, as celebridades desempenham papel fundamental, são elas que vão personificar esses modelos e referências, facilitando a identificação do público. Mais que isso, elas despertam admiração e encantamento e provocam verdadeiras paixões. Pretende-se agora investigar como se dá este fascínio que as celebridades exercem sobre o público nos dias de hoje.

4.2
As celebridades na contemporaneidade

“Celebridade = impacto sobre a consciência pública” (ROJEK, 2008, p. 12). Essa equação proposta por Rojek e por ele mesmo classificada como “grosseira”, pode ser um bom ponto de partida para uma discussão sobre celebridades. O autor apresenta o termo como referente à “atribuição de status glamoroso ou notório a um indivíduo dentro da esfera pública” (ROJEK, 2008, p. 11), sendo que é preciso fazer uma diferenciação: glamoroso é esse reconhecimento favorável, e notório é o reconhecimento desfavorável. Vamos, aqui, centrar a discussão na celebridade glamorosa, portanto, com características favoráveis e associada a valores positivos. Para o autor inglês, as celebridades

podem ter três diferentes tipos de status: a "conferida", ligada, por exemplo, a uma descendência nobre; a "adquirida", quando o indivíduo se destaca por talento ou alguma realização especial em alguma área específica; e "atribuída", quando é resultado de grande visibilidade promovida pelo que ele chama de intermediários culturais.

Contrapondo a celebridade contemporânea aos heróis, que eram conhecidos e adorados por seus grandes feitos e realizações, Boorstin chama a atenção para o esvaziamento do mérito da celebridade: "O herói era um grande homem; a celebridade é um grande nome". (BOORSTIN, 2006, p. 81)[15]. Para ele, "A celebridade é uma pessoa que é conhecida por ser muito conhecida". É o que ele chama de "pseudo-evento humano". (BOORSTIN, 2006, p. 79)[16]. Ao analisar mais especificamente as grandes estrelas do cinema, Edgar Morin (1989) também traça uma comparação com os heróis clássicos e afirma que o ator ou atriz absorve traços da essência heroica de seus personagens, ao mesmo tempo em que confere a esses personagens características que são suas. **"**Quando se fala em mito da estrela, trata-se portanto em primeiro lugar do processo de divinização a que é submetido o ator de cinema, e que faz dele ídolo das multidões" (MORIN, 1989, p. 26). Sobre esse poder da celebridade diante de sua audiência, Marshall afirma: "O poder da celebridade é a sua capacidade para personificar um público e mais especificamente o investimento afetivo de um público" (MARSHALL, 2006, p. 635)[17].

Esse grande impacto da celebridade sobre o público só pode ser compreendido se inserido na engrenagem do consumo cultural. As celebridades funcionam como artefatos regidos por motivações mercadológicas e que operam como construtos da indústria cultural. Autores contemporâneos são categóricos com relação a essa questão: "Celebridades são fabricações culturais" (ROJEK, 2008, p. 12), "...a cultura de massa é cultura comercial, que vende mercadorias culturais para a plateia" (KELLNER, 2001, p. 364) e "A estrela se fabrica" (MORIN, 1989, p. 36). Sobre as estrelas de cinema, Edgar Morin afirma:

---

[15] No original: "The hero was a big man; the celebrity is a big name".
[16] No original: "The celebrity is a person who is known for his well-Knowness".
[17] No original: "The celebrity´s power is its capacity to embody an audience and more specifically the affective investment of an audience".

> A estrela é uma mercadoria total: não há um centímetro de seu corpo, uma fibra de sua alma ou uma recordação de sua vida que não possa ser lançada no mercado. Esta mercadoria total tem outras qualidades: é a mercadoria-símbolo do grande capitalismo. Os enormes investimentos. As técnicas industriais de racionalização e uniformização do sistema transformam efetivamente a estrela numa mercadoria destinada ao consumo das massas. A estrela tem todas as virtudes dos produtos fabricados em série e adotados no mercado mundial, como o chiclete, a geladeira, o detergente, o barbeador etc. A difusão maciça é assegurada pelos maiores disseminadores do mundo moderno: a imprensa, o rádio e, evidentemente, o filme. Sem falar que a estrela-mercadoria não se gasta nem se estraga no ato de consumo. A multiplicação da sua imagem, ao invés de alterá-la, a torna ainda mais desejável (MORIN, 1989, p. 76).

Perante o público, a celebridade é poderosa. Porém, essa adoração - o culto às celebridades - é composta de relações imaginárias. Mesmo aquelas celebridades que são consideradas bastante acessíveis, não estão à disposição da forma como o público gostaria. Sendo assim, não só há uma enorme busca pelos produtos tradicionais lançados pelos ídolos, como livros, filmes, shows e DVDs, dependendo de cada caso, mas também os fãs querem ir além, desejam consumir a própria celebridade. Vem daí a busca incessante por notícias sobre a celebridade na mídia, a procura por um contato com o ídolo, as filas por um autógrafo e uma foto, os acampamentos em portas de hotéis, e a aproximação via redes sociais. “O fã quer saber tudo, ou seja, quer possuir, dominar e digerir mentalmente a imagem integral do ídolo. O conhecimento se torna assim um meio de apropriação mágico” (MORIN, 1989, p. 60).

Neste sentido, a mídia desempenha um papel fundamental na relação entre as celebridades e seus fãs. Não só porque é através dela que os fãs se alimentam de informações e material sobre as celebridades, mas também porque é por meio dela que se dará a maioria dos contatos entre um e outro. Além disso, se as celebridades requerem, como proposto por Rojek, um impacto sobre a consciência pública, a mídia é aí um aliado indispensável. A ubiquidade da mídia é, de certa forma, transferida para a celebridade que é nela presença constante.

Tendo em vista o estudo de caso da presente pesquisa, vale aqui um comentário mais específico sobre as celebridades da literatura. Rojek lembra que os leitores sempre foram fascinados pela persona do autor e afirma que grandes expoentes literários do século XIX, como Baudelaire, Dickens e muitos outros, já usavam suas imagens pessoais na divulgação de seus livros, por meio de fotografias para as quais eles posavam com este objetivo específico. Nas décadas

de 1920 e 1930, escritores como Fitzgerald e Hemingway personificavam o espírito da época e já eram considerados celebridades. Sendo que atualmente esta prática está em seu ápice:

> Autores atuais como Will Self, Jay McInerney, Martin Amis, Jeanette Winterson, Salman Rushdie e Bret Easton Ellis ampliaram o culto da personalidade, de modo que a sua imagem pública sem dúvida alguma tem mais reconhecimento público do que as suas obras (ROJEK, 2008, p. 139-140).

Fred Inglis também aborda o assunto e faz uma análise específica de Lord Byron, importante poeta inglês do século XIX e uma das figuras mais influentes do Romantismo: "Talvez possamos dizer que foi durante a vida breve de Byron – ele morreu aos 36 anos em 1824 – que o charme e o glamour, devidamente exagerados e distorcidos, tornaram-se valores públicos, perseguidos como atributos de celebridade" (INGLIS, 2012, p.81). Seu grande talento, aliado a suas atitudes impulsivas, despertaram a atenção do público, e vem muito daí o interesse pela vida privada e tantas vezes pouco regrada das celebridades.

A celebridade está diretamente relacionada ao processo de formação de identidade de seus fãs, uma vez que oferece modelos de papéis a serem seguidos. Morin afirma que "A estrela oferece e comercializa um 'saber ser', um 'saber amar' e um 'saber viver'" (MORIN, 1989, p. 105) e Inglis faz referência, ainda, a "um jeito de se estar no mundo" (INGLIS, 2012, p. 22). Isso fica bastante evidente na análise que Douglas Kellner faz da *pop star* Madonna, em seu livro *A cultura da mídia*, e na qual mostra que a legião de fãs da cantora costumava se apropriar de modelos de se vestir e de se comportar que eram oferecidos por ela nas diversas fases de sua carreira. Para Kellner, "Madonna problematizava a identidade, revelando seu caráter de construto e sua possibilidade de ser alterada" (KELLNER, 2001, p. 341), e ainda "O fenômeno Madonna indica que na cultura da publicidade consumista a identidade é construída por intermédio da imagem e da indumentária, que abrange o visual, a pose e o estilo" (KELLNER, 2001, p. 365). João Freire Filho explica como se dá este processo:

> Impelidos a escolher, construir, sustentar, negociar e exibir quem devemos ser ou parecer, lançamos mão, de maneira estratégica, de uma variedade fenomenal de recursos materiais e simbólicos – selecionados, interpretados e disponibilizados pela publicidade, pelo marketing, pela indústria da beleza e da moda e pelos sistemas de comunicação globalizados (FREIRE, 2007, p. 126)

O grupo social dos jovens é aquele em que a cultura da celebridade obtém maior ressonância. Para Rojek, isso se dá em função de certa crise na instituição familiar tradicional, com altos índices de divórcios, o que levaria os jovens a buscar outros referenciais. Sem citar a família propriamente dita, mas mencionando uma indeterminação que seria intrínseca aos adolescentes, Morin afirma que as estrelas de cinema os auxiliam na busca pela personalidade. Sendo assim, os jovens são o público que mais se inspira nas estrelas para viver suas próprias vidas: "No estágio da adolescência, surge uma mimese socializadora que contribui para a formação de uma personalidade adulta. É nessa fase que são mais eficazes as influências das estrelas de cinema" (MORIN, 1989, p. 106).

Como vimos, o surgimento das culturas juvenis foi em muito associado ao aparecimento dos primeiros heróis da juventude, como James Dean e Marlon Brando. Para Morin, inclusive, James Dean "foi o primeiro e o supremo herói da adolescência, encarnando fúria de viver e rebelião sem causa, frenesi e lassidão, aspiração à plenitude e fascinação pelo risco" (MORIN, 2011, p. 151). Nos tempos atuais, porém, heróis quase unânimes como James Dean são raros. O que se observa é uma grande proliferação de celebridades, com alcance e repercussão mais segmentados, mas que ainda assumem o papel de modelos, que inspiram e referenciam o modo de agir e de viver dos adolescentes. A seguir, vamos nos dedicar ao estudo de uma dessas celebridades mais especificamente, a escritora Thalita Rebouças, considerada a mais bem sucedida autora de *best-sellers* juvenis para adolescentes do país.

4.3
Thalita Rebouças: fenômeno cultural e de consumo junto ao público leitor adolescente

Thalita Rebouças é um dos maiores expoentes da literatura juvenil do Brasil na atualidade, tem 18 livros publicados, mais de 1,5 milhão de exemplares vendidos, e é considerada um verdadeiro fenômeno cultural e de consumo junto ao público adolescente. Jornalista por formação, iniciou sua carreira literária em 2000, com o livro *Traição entre amigas*, mas só passou a se dedicar exclusivamente ao ofício de escritora no ano seguinte, quando a obra foi para a segunda edição. Foi em 2003 que começou a se tornar conhecida do público, com

o livro *Tudo por um pop star*, mas o sucesso se consolidou em seguida com o lançamento de *Fala Sério, Mãe!*, o primeiro de uma série de seis livros, que a projetou nacionalmente. Seu título mais recente, *360 dias de sucesso*, foi lançado em 1º de novembro de 2014 e teve a primeira edição, com 15 mil exemplares, esgotada em quinze dias[18]. Sete de seus títulos já foram lançados em Portugal e no ano de 2014 teve seus livros publicados em toda a América Latina.

Já consolidada junto ao público leitor formado por meninas adolescentes, e seguindo a premissa de que a literatura de entretenimento é regida por estratégias mercadológicas, sempre em busca de expandir sua base de consumidores, pode-se observar que mais recentemente a autora começou a lançar também títulos voltados para leitores fora do perfil de seu público principal. Seu décimo primeiro livro, *Ela disse, ele disse*, trouxe pela primeira vez um protagonista masculino, Leo, que junto com Rosa, narra em primeira pessoa e em capítulos alternados, as dificuldades e descobertas do primeiro ano em uma nova escola. Pode-se inferir a partir dessa análise que o objetivo foi tentar uma aproximação com os jovens leitores do gênero masculino, sem deixar de lado as fãs adolescentes. A iniciativa se mostrou acertada, afinal, o livro já ganhou uma continuação, intitulada *Ela disse, Ele disse – O Namoro*, que foca essa etapa do relacionamento dos protagonistas apontada no título. Como diferencial, a obra foi feita em coautoria com o consagrado desenhista Maurício de Souza, e os personagens da Turma da Mônica Jovem também estão presentes no livro, à frente do que podemos chamar de uma segunda estrutura narrativa, em que aparecem como leitores da história principal de Leo e Rosa e fazem comentários entre um capítulo e outro, como se estivessem lendo “junto” com o leitor real.

Outros três livros foram lançados visando um público alternativo ao habitual: *Adultos sem filtro,* voltado para o público adulto e que reúne as crônicas da autora publicadas semanalmente na revista *Veja Rio*; e os infantis *Por que só as princesas se são bem?* e *Bia não quer dormir.* Em diversas entrevistas veiculadas na mídia impressa e televisiva, a autora afirma estar atenta às demandas de seus leitores, é como se as obras fossem lançadas para atender pedidos feitos expressamente pelo público, que assim, assume um papel mais

---

[18] GOIS, Ancelmo. O peso da fama. **O Globo**. Rio de Janeiro. 23 nov. 2014. Disponível em: http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/posts/2014/11/23/a-coluna-de-hoje-555332.asp. Acesso em: 23 nov. 2014.

ativo no jogo de relações da indústria cultural. Segundo ela, por exemplo, o livro *Fala Sério, Filha!*, teria sido solicitado pelas mães de suas leitoras que gostariam de "se vingar" da forma quase caricata com que foram retratadas no anterior *Fala Sério, Mãe!*[19]. Umberto Eco afirma que "Um livro obtém sucesso somente em dois casos: se dá ao público o que ele espera ou se cria um público que decide esperar o que o livro lhe dá." (ECO, 1989, p. 104). Pode-se dizer que a autora opera nessas duas vertentes ao mesmo tempo, em um ciclo que se retroalimenta e leva seus livros a registros cada vez maiores de vendas.

O sucesso de suas histórias e personagens impulsiona a adaptação de suas obras para outros suportes midiáticos. Depois de uma modesta adaptação para o teatro de *Fala Sério, Mãe*, em 2007, no início de 2013, *Tudo por um pop star* estreou com status de superprodução. De janeiro a abril, a peça ocupou os palcos de dois teatros cariocas simultaneamente, um na Zona Norte e outro na Zona Sul. Com a plateia sempre cheia, a temporada no Teatro Clara Nunes foi prorrogada até o final de junho, seguindo para temporada de mais um mês no Teatro Oi Casagrande. Dali, foram três meses em cartaz em São Paulo, seguidos de turnê pelo Brasil. Em 2014, uma nova adaptação ficou em cartaz no teatro Ipanema, no Rio de Janeiro, de abril a junho.

Com relação à TV, em maio de 2012, foi exibido pela TV Globo, o episódio *A Mãe da Barra*, integrante da série *As Brasileiras*, dirigida por Daniel Filho. Estrelado por Glória Pires, a história foi baseada no livro *Fala Sério, Mãe!* e adaptada por Ana Maria Moretzsohn[20]. Suas histórias também chegarão às telonas e salas de exibição. Há três projetos diferentes em produção para adaptar seus livros para o cinema. O próprio Daniel Filho, que está à frente do seriado para TV, é também o responsável pelo projeto cinematográfico de *Uma fada veio me visitar*. Já o livro *Ela disse, ele disse* será adaptado e produzido pela produtora LC Barreto e *Tudo por um namorado* é um projeto comandado por César Rodrigues. Ainda não foi divulgada a previsão de estreia de nenhuma dessas produções.

[19] MANCINI, Gabriella. Thalita Rebouças fala sobre novo livro, criado para "vingar os pais". **Folha de S. Paulo.** São Paulo. 22 abr. 2012. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/1079751-thalita-reboucas-fala-sobre-novo-livro-criado-para-vingar-os-pais.shtml. Acesso em: 10 out. 2014.

[20] O episódio foi um dos que obteve os maiores índices de audiência da série, alcançando 20 pontos, e abriu caminho para uma empreitada mais ambiciosa. *A Mãe da Barra* vai dar origem a um seriado, a ser exibido também na TV Globo, e mais uma vez estrelado por Glória Pires. Desta vez, o roteiro será assinado pela própria Thalita Rebouças.

No que tange às oportunidades de contato direto e pessoal com o público, Thalita tem o poder de seduzir multidões. Isso vem acontecendo em seguidas edições da Bienal do Livro, em que ela costuma estar presente por vários dias e, mesmo assim, gera grande tumulto, ao ponto de, em 2011, uma sessão de autógrafos ter sido cancelada porque estava colocando as pessoas presentes em situação de risco. Mais recentemente, na edição de 2013 do evento, a escritora compareceu em sete dos onze dias da Bienal e em todos eles realizou sessões de autógrafos, para as quais foram distribuídas 2.100 senhas (300 por dia). Houve um melhor planejamento nessa edição para lidar com a multidão atraída pela autora, o que incluiu a transferência das sessões de autógrafos do estande de sua editora, a Rocco, para um auditório. Ainda assim, houve tumulto e gritaria do lado de fora, com uma enorme fila formada por fãs que queriam entrar, mesmo sem senha. A autora é reconhecida pelos organizadores do evento, como um dos principais "chamarizes" de público da Bienal. Não é só nos grandes eventos, porém, que se dá a possibilidade de aproximação dos fãs com a escritora. Ao longo do ano, são realizadas inúmeras sessões de autógrafos em livrarias de todo o Brasil, sempre com a presença massiva do público.

Tendo em vista sua grande penetração junto ao público adolescente, em 2012, Thalita Rebouças ganhou uma coleção da marca *Fitá* em sua homenagem. Seus produtos vão de agendas, capas de fichário, camisolas e canecas a objetos de decoração como almofadas e organizadores. Em abril de 2014, foi lançado *Fala sério – O jogo*, fabricado pela Brinquedos Estrela[21], e baseado nos livros da autora. No mesmo ano, a escritora estrelou o filme publicitário da campanha de incentivo à leitura da TV Globo.

Vale ainda mencionar a enorme visibilidade alcançada pela escritora nos veículos de comunicação. Thalita Rebouças é presença constante na mídia, frequentemente em abordagens sobre si, sua obra e seu sucesso comercial. Porém, muitas outras vezes, é convocada a falar sobre assuntos diversos, como esportes e culinária, por exemplo, o que acaba contribuindo para que possa, mesmo de maneira indireta, reforçar e consolidar a sua imagem pública. Tendo como ponto de partida uma análise da presença e participação da escritora na mídia, em

[21] MOLINERO, Bruno. Escritora Thalita Rebouças lança jogo baseado na série 'Fala Sério'. **Folha de São Paulo.** São Paulo. 1 abr. 2014. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/2014/04/1434163-escritora-thalita-reboucas-lanca-jogo-baseado-na-serie-fala-serio.shtml. Acesso em 10 abr. 2014.

especial a televisiva, pretende-se compreender o processo de formação e consolidação de seu construto midiático, o que pode ajudar no entendimento das razões que a levaram a se consagrar como importante fenômeno cultural e de consumo junto aos adolescentes.

4.4
Uma análise do construto midiático da escritora Thalita Rebouças

Analisar a trajetória midiática da autora, suas entrevistas e participação em programas televisivos, pode ser um caminho importante para a compreensão de sua imagem pública, assim como para a identificação dos valores e atributos a ela associados. Cabe esclarecer que usaremos aqui o termo construto tal como utilizado por Kellner em sua análise da *pop star* Madonna, ou seja, como algo produzido por nós e que pode ser modificado à vontade (KELLNER, 2001, p. 341). Mais especificamente o termo construto midiático ressalta a importância da mídia nessa produção.

Em outubro de 2008, a participação de Thalita Rebouças como convidada no programa *Mais Você*, apresentado por Ana Maria Braga[22], foi determinante para sua entrada na Rede Globo, a emissora de televisão aberta mais importante e influente do país. Naquela ocasião, já era possível observar atributos que foram sendo agregados à sua imagem[23]. Em primeiro lugar, ela é mostrada como a escritora que entende os adolescentes. Ana Maria Braga a apresenta assim: “O dom da Thalita é entreter e entender direitinho o que se passa na cabeça dos adolescentes. Ela parece saber tudinho o que eles gostam e o que não gostam também”. Mais adiante, uma fala da própria autora reforça: “As pessoas perguntam: ‘Ah, mas como é que você entende a cabeça deles?’. Eu não sei. Eu acho que eu sou uma adolescente na minha alma, sabe?”.

Temos aqui um ponto-chave para compreender a personagem midiática Thalita Rebouças. Essa alegação de ter uma alma adolescente reivindica uma espécie de selo de autenticidade. De acordo com o filósofo Charles Taylor (2010),

---

[22] Ana Maria Braga é jornalista e, desde outubro de 1999, apresenta o programa *Mais Você*, na Rede Globo.
[23] Cópia do programa disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=vQJP80eqyhw; http://www.youtube.com/watch?v=LRATSDENNt0; http://www.youtube.com/watch?v=WDQK5xm_hxI; http://www.youtube.com/watch?v=NKCBDPxzAxU. Links acessados em 7 nov. 2014.

vivemos sob a moral do ideal de autenticidade moderno que propõe que cada ser humano possui um modo único de viver e que é preciso viver de acordo com essa essência, sem imitar ninguém e reforçando aquilo que é próprio e intrínseco a cada um:

> Ser fiel a mim significa ser fiel à minha própria originalidade, e isso é uma coisa que só eu posso articular e descobrir. Ao articular isso, eu também me defino. Estou realizando uma potencialidade que é propriamente minha. Essa é a compreensão por trás do ideal moderno de autenticidade e dos objetivos de autorrealização e autossatisfação nos quais são usualmente expressos. Esse é o pano de fundo que confere força moral à cultura da autenticidade, incluindo suas formas mais degradadas, absurdas ou triviais. É o que dá sentido à ideia 'fazer suas próprias coisas' ou 'encontrar sua própria realização'". (TAYLOR, 2011, p. 39)

Desta forma, a escritora não teria escolhido escrever para o público adolescente, mas muito mais do que isso, esta seria a sua missão, a qual só lhe cabe cumprir. Fica subentendido aí também que, em comparação com os demais escritores, talvez eles não sejam tão autênticos como ela, pois é ela a que escreve de acordo com um valor maior: o de fazer valer o seu dom, a sua missão, para a qual foi predestinada. Vale ainda lembrar o que vai além desse discurso de possuir uma alma adolescente: a escritora adota um comportamento, um jeito de ser, em que incorpora gestuais, gírias e expressões que são próprios de seu público.

Esta autenticidade é reafirmada ainda a cada aparição pública, ou a cada encontro com os fãs. Rojek afirma que esses encontros face-a-face entre a celebridade e seus fãs podem ter três diferentes consequências: "confirmação, no qual o rosto público da celebridade acaba sendo reconquistado e confirmado pela interação direta com os fãs"; "normalização, no qual o status de celebridade se expressa através da articulação e do reconhecimento de traços comuns entre a psicologia e a cultura das celebridades e dos fãs"; e "dissonância cognitiva, no qual encontros conflitam radicalmente com imagens de celebridade da mídia de massa, expondo o rosto público à condenação crítica como uma fachada ou suporte calculados." (ROJEK, 2008, p. 19-20). No caso da escritora objeto de nosso estudo, essa interação é sempre positiva, já que as características a ela associadas são continuamente reafirmadas, uma vez que alegadamente autênticas. Portanto, dificilmente, o fã irá se frustrar.

Vale ainda mais uma observação sobre a suposta alma adolescente da autora. Para Morin, o mais comum processo de identificação do público com as estrelas se dá por meio do *"alter ego"*, o que quer dizer que esse público tende a se identificar com celebridades do mesmo sexo e da mesma idade que ele (MORIN, 1989, p. 64). Este é um aspecto fundamental porque, apesar de ser de outra geração, ao se comportar, agir e "pensar" como uma adolescente, esse caminho para a identificação com seu público é facilitado.

Voltando à participação da escritora no programa *Mais Você*, em seguida essa "alma adolescente" é associada a uma aparência que parece ser considerada esteticamente agradável. Ao entregar à escritora um presente no palco da atração, a apresentadora Ana Maria Braga afirma: "Esse é pra você, a adolescente mais bonita que eu já conheci". E em seguida tem-se: "Quem sabe a gente não faz alguma coisa juntas? Com esse olhão verde aí que você tem?". Em entrevista posterior, Thalita Rebouças conta que, após sua participação no programa, o diretor da atração a procurou e a convidou para apresentar um quadro. Em janeiro de 2009, pouco mais de dois meses após sua ida ao programa, ela estreava o quadro *Puxando Assunto*, que foi ao ar durante as férias da apresentadora, em janeiro de 2009, e no qual assumiu o papel de mediadora de conversas entre pais e filhos[24]. Com a volta da apresentadora, o quadro foi encerrado.

Em seguida, o mesmo diretor a convidou para apresentar outro quadro, desta vez no programa *Vídeo Show*, no qual ela estreou em dezembro do mesmo ano. Em *Fala Sério, Vídeo Show!*, nome que faz alusão à série escrita pela autora, ela conduzia matérias de comportamento com adolescentes. O tom do programa sempre foi o humor e a descontração. Alguns temas abordados foram os adolescentes que fazem figuração no Projac, principal estúdio de gravação da Rede Globo no Rio de Janeiro, os bastidores da peça *Confissões de Adolescente*, os jovens que enfrentaram horas de fila à espera da entrada no estádio para o show da cantora Beyoncé, a festa de aniversário de uma adolescente famosa, os DJs adolescentes e muitos outros.

[24] NEVES, Carla. Trabalhar na TV é diversão para Thalita Rebouças. BOL Notícias. São Paulo. 20 abr. 2010. Disponível em: http://noticias.bol.uol.com.br/entretenimento/2010/04/20/escritora-thalita-reboucas-ganha-quadro-fixo-no-video-show.jhtm.
PINHEIRO, Thaís. Papo de adolescente no Mais Você. O Estado de S. Paulo. São Paulo. 26 de. 2008. Disponível em: http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,papo-de-adolescente-no-mais-voce,299390,0.htm.
Links acessados em 24 abr. 2014.

Em 2010, Thalita Rebouças assumiu a função de jurada no quadro *Soletrando* do *Caldeirão do Huck*. Ao lado do professor Sérgio Nogueira, seu papel era dizer se os participantes haviam acertado ou não a soletração de alguma palavra. Neste caso, ela assumiu um papel que se diferenciava do habitual, ao requerer, pela primeira vez, o papel de especialista. Apesar de negar o papel de especialista em adolescentes, por se posicionar, como vimos anteriormente, como uma autêntica adolescente, aqui, neste caso, ela aceita e assume o papel de especialista na língua portuguesa. Esse ponto é importante porque a credencia a ser escritora e alude à sua competência na construção de narrativas ficcionais. Ela tem uma "alma adolescente", mas não é uma adolescente como outra qualquer, é aquela que tem talento, capacidade e conhecimento técnico para escrever livros.

Ainda no ano de 2010, a escritora estreou como uma das apresentadoras do *EE de Bolsa*, quadro dentro do *Esporte Espetacular*[25], que chegou às TVs após fazer sucesso na internet. Ali, Thalita se coloca no papel de leiga, ao apresentar um programa sobre futebol e assumir não entender do assunto. Esse era justamente o mote da atração, explorado em sua divulgação, o de ser um programa no qual o público poderia aprender junto com as apresentadoras. Essa característica pode ser comprovada também em diversas falas da autora, como esta, ao conversar com uma espectadora: "Você não gosta de futebol porque você não gosta ou porque você não entende? Eu é porque não entendo. Então, vamos aprender juntas"[26].

Pode-se dizer que o *EE de Bolsa* foi o embrião do *Bolsa Redonda*, que estreou também dentro do *Esporte Espetacular*, em novembro de 2013. Na atração, que costumava ir ao ar quinzenalmente, a escritora e mais três apresentadoras participam de um bate-papo sobre futebol, no que se propõe a ser a primeira mesa redonda feminina sobre o esporte da emissora. Contrariando o estereótipo de que apenas os homens gostam e entendem de futebol, a proposta do quadro se dá em duas vertentes: mostrar que há mulheres que também entendem do esporte e ainda abrir espaço para aqueles que não entendem mesmo e possuem muitas dúvidas que gostariam de esclarecer. O clima é bastante descontraído e

[25] Cópia do programa disponível em: http://globotv.globo.com/rede-globo/esporte-espetacular/v/bolsa-redonda-o-futebol-sob-a-otica-feminina-e-com-muito-bom-humor/2946211/. Acesso em 7 nov. 2014.

[26] Cópia disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=2G3686zNG1o. Último acesso em 5 mai. 2014.

passa a sensação de ser de fato um bate-papo entre amigas. Antes da estreia, no domingo 03/11/2014, foi veiculada uma vinheta com uma chamada para o quadro. A vinheta fez uma apresentação da atração, esclarecendo a que ela se propõe: "primeira mesa redonda feminina da Globo", "falar sobre futebol de um jeito diferente", "misturar informação com descontração" e, como na fala da própria Thalita Rebouças: "Com elas eu não tenho medo de passar vergonha. Por exemplo, cabeça de chave. Que que isso, gente?"[27]. A vinheta de apresentação, que precedeu a exibição do primeiro episodio, é bastante elucidativa quanto ao papel de cada apresentadora no programa:

> Glenda Kozlowski – Apresentadora, ex-atleta, cobriu duas Copas do Mundo e três Olimpíadas. Sabe muito de esporte!
> Christine Fernandes – Atriz, torcedora de estádio, adora futebol. E não tem medo de criticar, doa a quem doer.
> Fernanda Gentil – Jornalista esportiva na veia, vai a clube, entrevista jogadores e participa de transmissões.
> Thalita Rebouças – Escritora, mais de um milhão de livros vendidos, curiosa e corajosa. Se for preciso, pergunta, quem é a bola?
> (Transcrição da vinheta de apresentação do programa, exibido em 10/11/2013)[28]

Como indicado no texto, Glenda Kozlowski é repórter esportiva da Rede Globo há muitos anos, contando em seu currículo com a cobertura de grandes eventos e a experiência de ser ex-atleta. Vale frisar que é, inclusive, apresentadora do próprio programa *Esporte Espetacular*. Pode-se dizer que Glenda assume uma posição de especialista no quadro, suas participações são pontuais e normalmente consistem em falas de quem entende do que está falando, de quem carrega um histórico e já testemunhou diversos acontecimentos importantes do mundo dos esportes.

Christine Fernandes é atriz e, mesmo antes de participar do quadro, não era raro vê-la na mídia, vestida com a camisa do time carioca Flamengo, pelo qual torce. Frequentemente está presente nos estádios e encarna mesmo um papel de torcedora apaixonada. Ao analisar as diversas edições do quadro que já foram ao ar, é possível observar que Christine traz sempre para a atração a instituição da família, como podemos observar em algumas de suas falas. No programa de

---

[27] Cópia disponível em http://globotv.globo.com/rede-globo/esporte-espetacular/v/chamada-bolsa-redonda-do-esporte-espetacular/2931133/. Acesso em: 5 nov. 2014.
[28] Cópia disponível em: http://globotv.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/esporte-espetacular-quadro-bolsa-redonda-2013/3002981/. Acesso em 5 nov. 2014.

26/01/2014, em que se debatia o tema "violência nos estádios", ao demonstrar sua indignação com a questão, ela afirma: "Estou falando como mulher. A educação começa na mulher. As mães não podem deixar seus filhos virarem selvagens nos estádios"[29]. No episódio de 02/03/2014, ao comentar um episódio de racismo sofrido por um jogador, ela chamou a atenção para o filho do jogador, criança, que ficou constrangido em ir à escola depois do episódio[30].

Fernanda Gentil, tal como Glenda, assume a posição de especialista. Porém, mais do que isso, é ela quem lidera o quadro, que faz as chamadas, as introduções das matérias, ficando claro para o espectador que é ela quem tem a responsabilidade de fazer cumprir o roteiro e o que foi previamente programado. Ela demonstra ter bastante conhecimento sobre os assuntos abordados e várias vezes afirma que estuda para poder apresentar o programa.

Já Thalita Rebouças, tal como no antecessor *EE de Bolsa*, assume o papel de quem não entende nada sobre o assunto, e mais do que isso, é aquela que assume ignorar o tema e que não tem vergonha de fazer nenhuma pergunta, mesmo as mais básicas ou inusitadas, como brinca a vinheta do programa com o "qual é a bola?". Em muitas outras situações, esse papel é evidenciado. Em divulgação do quadro, exibida no domingo anterior à estreia, ela afirma: "Com elas eu não tenho medo de passar vergonha. Por exemplo, cabeça de chave. Que que isso, gente?"[31]. Na mesma semana, outro vídeo de divulgação foi veiculado, com a seguinte fala dela: "E eu, como você (se dirigindo ao público), que pode não gostar de futebol, mas é interessado no assunto, estou aqui pra aprender com elas, porque elas sabem tudo. E se você não gosta, não tenha vergonha, não, vergoinha não tem nada a ver. Vem pro Bolsa Redonda"[32]. No primeiro episódio, ela dá exemplo de expressões que considera complicadas e cujos significados não consegue entender: "Tiro de meta, não entendo; pequena área, pra que serve; meia-lua, pra que tá lá. Eu acho que a gente podia debater essas coisas todas que

[29] Disponível em: http://globotv.globo.com/rede-globo/esporte-espetacular/t/edicoes/v/esporte-espetacular-programa-deste-domingo-26012014-na-integra/3104018/ Acesso em 5 nov. 2014.
[30] Disponível em: http://globotv.globo.com/rede-globo/esporte-espetacular/v/com-mascaras-meninas-do-bolsa-redonda-protestam-contra-racismo-e-reforcam-apoio-a-tinga/3151831/ . Acesso em 5 nov. 2014.
[31] Disponível em: http://globotv.globo.com/rede-globo/esporte-espetacular/v/chamada-bolsa-redonda-do-esporte-espetacular/2931133/. Acesso em 5 nov. 2014.
[32] Disponível em: http://globotv.globo.com/rede-globo/esporte-espetacular/v/bolsa-redonda-traz-debates-esportivos-femininos-para-o-esporte-espetacular/2937388/. Acesso em 5 nov. 2014.

eu não aprendi. A gente quer aprender futebol, é a paixão nacional!"[33] O segundo episódio, exibido em 24/11/2013, começa com o vídeo de uma espectadora colocando uma dúvida. A escritora acertou a resposta e em seguida afirmou: "Gente, arrasei. Perdi o emprego agora, né?"[34]. Muitos e muitos outros exemplos poderiam ser dados aqui, mostrando a consistência deste papel de leiga assumido pela autora. Vale mencionar que as dúvidas são colocadas por ela sempre com bom humor e descontração.

Esta mesma característica de assumir, sem constrangimento, desconhecer um assunto, ficou em evidência quando, em 2012, Thalita Rebouças gravou uma participação na novela *Malhação*, na qual fazia um bate-papo com os alunos da escola fictícia da trama. Na cena, a professora dos alunos a apresenta da seguinte maneira: "A Thalita Rebouças é uma escritora que já vendeu mais de um milhão de livros, escreve pros jovens, com a linguagem dos jovens, com muita propriedade". No bate-papo com os alunos, quando fizeram a ela uma pergunta que não soube responder, ela disse: "Ui, essa pergunta é difícil. Até porque eu não sou nenhuma especialista, eu escrevo ficção, né?"[35].

Se considerarmos, como proposto por Rojek, que "as celebridades oferecem afirmações peculiarmente fortes de pertencimento, reconhecimento e sentido em meio às vidas de seu público" (ROJEK, 2008, p. 58), podemos afirmar que, ao assumir sua falibilidade, a escritora facilita o processo de identificação de seu público com relação a ela. Thalita Rebouças é uma celebridade que não se coloca em um pedestal, não se distancia do público e nem reivindica uma posição de autoridade ou especialista. Pelo contrário, se aproxima dos fãs não só no modo de agir e falar, mas ao assumir que tem também fraquezas e dificuldades. Mais do que assumir seus pontos fracos, a escritora os coloca em evidência e os transforma em motivo para fazer rir. Ela subverte a lógica dominante de que um programa de esportes ou de culinária, por exemplo, deve ser apresentado por quem entenda desses assuntos.

E é justamente a culinária o tema de outro programa apresentado pela escritora, o *Culinária Atolada*, disponível exclusivamente pela internet, em seu

---

[33] Disponível em: http://globotv.globo.com/rede-globo/esporte-espetacular/v/esporte-espetacular-programa-de-domingo-10112013-na-integra/2953297/ Acesso em 5 nov. 2014.

[34] Disponível em: http://globotv.globo.com/rede-globo/esporte-espetacular/v/bolsa-redonda-mulheres-destacam-o-primeiro-jogo-da-final-da-copa-do-brasil/2975586/. Acesso em 5 nov. 2014.

[35] Disponível em: http://globotv.globo.com/rede-globo/malhacao-2012/v/thalita-reboucas-conversa-com-os-alunos-do-quadrante/2214686/. Acesso em 5 nov. de 2014.

canal no Youtube[36] ou em seu site oficial. No site, a escritora apresenta desta forma o programa: "Eu sou tão boa na cozinha (#sóquenão) que resolvi ensinar de uma forma, huuummm, um tanto atabalhoada, algumas receitas bem simples para minhas leitoras.". Entre julho e outubro de 2013, foram disponibilizados nove episódios. A produção é bem caseira, os vídeos foram gravados na cozinha da casa da escritora, à frente da filmagem estava o próprio marido dela, e a escritora aparece bem pouco produzida, descalça, dando a impressão de estar se vestindo da forma como costuma ficar em casa. Presença constante nos vídeos é a da sua cozinheira, Rogéria, chamada a ajudar a autora nos momentos considerados por ela de alguma dificuldade, seja para ligar o forno, para fechar a tampa do liquidificador ou para esclarecer dúvidas quanto a um dos ingredientes.

No primeiro episódio, Thalita Rebouças está sozinha e explica que a motivação para a gravação do vídeo foi a repercussão que teve uma postagem sua na rede social Twitter em que comentava que sua receita de brigadeiro de micro-ondas "era uma delícia". Muitos fãs pediram para explicar como se fazia o brigadeiro e então ela resolveu gravar o vídeo para atender aos pedidos desses fãs, e afirma: "é uma receita ridícula, fica pronta em cinco minutos e, até eu que não sei fazer praticamente nada na cozinha, sei fazer"[37]. Em todos os outros episódios, ela contou com convidados, todos artistas adolescentes ou bem jovens (atrizes das principais emissoras ou mesmo parte do elenco de sua peça *Tudo por um pop star*). Em comum, à exceção do convidado do último episódio, todos se declaram igualmente não habilidosos na cozinha, tal como a anfitriã.

Para os fãs, o programa é uma oportunidade de compartilhar com a escritora momentos de intimidade, de privacidade, conhecer um pouco da sua casa, da pessoa que trabalha lá e o pouco que ela saber fazer na cozinha. Morin afirma que, a partir de 1930, as estrelas assumem uma vida cotidiana próxima à dos fãs e que isso facilita a identificação deles para com ela, aumentando também a admiração. Por isso, não são raras essas tentativas das celebridades de compartilhar momentos de intimidade com o público: "A vida privada de uma estrela deve ser pública" (MORIN, 1989, p. 39). Para definir este tipo de contato

[36] Disponível no link http://www.youtube.com/user/ThalitaReb. Acesso em 7 nov. 2014.
[37] Disponível no link http://www.youtube.com/watch?v=yp2eU4OI_1w.. Último acesso em 7 nov. 2014.

mais íntimo que se dá entre celebridade e fã por meio da mídia, Rojek usa o termo "interação parassocial":

> O termo 'interação parassocial' é usado para se referir a relações de intimidade construídas através da mídia, e não pela experiência direta e encontros cara a cara. Essa é uma forma de intimidade de segunda categoria, visto que deriva de representações da pessoa e não de um contato físico verdadeiro. (ROJEK, 2008, p. 58)

Cabe aqui ainda uma análise do programa *Desencalha*, apresentado por Thalita Rebouças, e que teve a primeira temporada exibida pelo canal por assinatura Multishow, de 18 a 22 de novembro de 2013. O programa segue uma dinâmica fixa: começa com uma música alta para a entrada da apresentadora, que inicia um diálogo com o público presente na plateia, e chama para a exibição de um vídeo do principal participante do programa, o "encalhado" ou "encalhada" do dia. Após o vídeo, o participante é chamado ao palco, Thalita Rebouças oferece os serviços de seu maquiador e figurinista e, em seguida, o participante volta ao programa, agora com uma aparência mais cuidada. Com os olhos vendados para não ver os demais participantes, é conduzido para uma espécie de divã, onde fica a maior parte do tempo. São chamados, então, quatro participantes do sexo oposto, que vão enfrentar provas e brincadeiras até que um seja escolhido, para tentar beijar o "encalhado" do dia.

A primeira prova é a da sintonia musical. O DJ do programa toca cinco músicas, e quem tiver maior compatibilidade com as escolhas do "encalhado", é o vencedor da prova e ganha como prêmio o direito de dar um abraço no pretendente. A segunda etapa consiste em uma espécie de jogo da verdade, em que a apresentadora faz perguntas a cada um. O "encalhado" vai escolher como vencedor aquele que ele considerar o mais sincero, e que ganhará como prêmio alguns segundos de dança com o pretendente ao som de música lenta e romântica. A terceira prova é uma declaração de amor ao "encalhado", que pode ser feita cantando uma música, recitando uma poesia, ou falando com suas próprias palavras. O vencedor ganha alguns minutinhos de conversa a sós com o pretendente que, neste momento, estará novamente de olhos vendados. Então, é chegada a hora da decisão. O encalhado diz, um a um, os candidatos que elimina, até que sobra apenas um, que é o vencedor da disputa. Os dois serão colocados

frente a frente e podem se beijar ou não, dependendo de cada um. E o programa chega ao fim.

Apesar dessa estrutura rígida, pode-se observar que há espaço para que as características constituintes do construto (KELLNER, 2001) da autora sejam observadas. Toda a sua atuação demonstra bom humor e descontração, sua "alma de adolescente" é evidenciada nos gestos e principalmente nos termos e gírias utilizados: "vai curtir ou vai gongar", pergunta ela após um participante se declarar; "*hashtag*: fica a dica", quando o "encalhado" afirma que o abraço de um dos pretendentes poderia ter sido melhor; "dar um tapa no visual", quando o participante vai se arrumar – ou "se produzir", conforme a gíria - para participar do programa, entre outros exemplos.

Vale ressaltar aqui mais uma característica de seu construto, que é muito reforçada neste programa, a da escritora "fofa". Em todos os episódios, ela "empresta" seu maquiador e figurinista para o participante "se produzir" e sempre frisa o valor desta atitude. No primeiro episódio, ela afirma: "Cara, eu sou incrível. Sou muito gente boa. Eu tenho um figurinista e maquiador, que eu posso emprestar pra você. Eu sou a fofura em pessoa." No segundo episódio, neste mesmo momento da atração, ela fala para a participante: "Bruna, sou super fofa. Você sabe, né? Então assim, eu posso te emprestar minha figurinista e meu maquiador pra você dar um tapa no visual". Esse atributo "fofa" perpassa toda a sua atuação e está no próprio texto de apresentação da autora em seu site oficial[38]: **"**Sou fofa. Pelo menos é o que dizem as boas línguas". Essa atitude é evidenciada também nos contatos face-a-face com os fãs quando, por ocasião do lançamento de algum de seus livros, por exemplo, mesmo com enormes filas de espera para pegar um autógrafo, ela faz questão não só de assinar cada livro, mas também de beijar a primeira página, deixando a marca de seu batom, de abraçar cada um e se fotografar ao lado de cada um[39].

Em entrevista ao programa *A Máquina*, exibido pela TV Gazeta no dia 29/05/2012, essa postura ficou bastante evidente, sendo ainda reforçada pelo discurso da escritora. No quadro *Inimigo Secreto*, o entrevistado é solicitado a falar mal de alguém. Ela afirma: "Ah, eu não posso. Eu sou fofa, como eu vou

---

[38] Site oficial da escritora: www.thalita.com.br. Acesso em 4 fev. 2014.
[39] A pesquisa do programa Desencalha foi feita diretamente no acervo do canal de TV por assinatura Multishow.

falar mal de alguém?". Mesmo com toda a insistência do apresentador, ela se recusou a falar mal, preferindo "pagar uma prenda" em vez disso[40].

Buscando o significado do termo "fofa" em dicionários de língua portuguesa, encontramos algumas definições, porém a que mais se aproxima do significado utilizado neste caso é, como encontrado no dicionário Houaiss: "que encanta pelo aspecto bonito e gracioso" e no dicionário Caldas Aulete: "aquele que é encantador, bonito, gracioso". Além disso, "fofa" é um adjetivo, quase uma gíria, muito usada, principalmente, entre as adolescentes, quando desejam expressar que alguém é querida, simpática, afetuosa. Essa graça e encanto pautam sua conduta em cada contato com os fãs, pessoalmente ou via televisão.

A análise da identidade midiática da escritora Thalita Rebouças, feita com base em diversas de suas aparições televisivas, aponta para um construto coeso e coerente. Entre os atributos que a autora reivindica e reforça consistentemente, está a sua autêntica capacidade de entender como os adolescentes pensam e como se sentem, o que se daria em função de ela possuir uma "alma adolescente", reforçada por atitudes comportamentais e pelo uso de um vocabulário também próprio desses jovens. Possivelmente, os adolescentes veem nela uma porta-voz legítima, não dotada de autoridade, mas como se fosse um de seus pares, uma amiga que os compreende e os ajuda a passar por situações que consideram complicadas e, mais além, uma confidente que os ajuda a enfrentar essas situações com mais leveza e bom humor, tornando assim, menos difícil essa vivência.

Outro atributo que é muito fortemente associado à autora é o de assumir desconhecer alguns assuntos, como futebol e culinária, por exemplo, e mesmo assim se expor a falar deles e não sentir vergonha ou constrangimento por fazer perguntas muitas vezes básicas e inusitadas, assumindo um caráter de falibilidade. Este recurso a aproxima de seus fãs, já que uma das características ligadas aos adolescentes é a inexperiência, o não domínio dos mais variados conteúdos, em oposição à ideia do saber, associada aos adultos. Apesar de ela ser não só adulta, mas também celebridade, muitas vezes mesmo considerada um ídolo por seus leitores, ela busca esse canal de aproximação e de identificação, que a retira de qualquer pedestal em que possam tê-la colocado e se a iguala a eles.

[40] Cópia disponível em http://www.youtube.com/watch?v=OoOMuQCHC3g. Acesso em 5 nov. 2014.

Fortemente associados à autora, ainda, estão o bom humor e a descontração, e a reivindicação de uma postura “fofa”, que consiste, entre outras coisas, em tratar a todos com carinho, atenção e consideração. Este cuidado constante da autora com seus fãs a cada oportunidade de contato reforça o vínculo entre eles e assegura a manutenção da admiração do público por ela, garantindo uma das bases para a continuidade de sua celebrização e idolatria.

Tais atributos associados ao construto midiático da autora podem ser considerados também pela perspectiva da “fachada” no contexto das representações proposta por Goffman (2013), e que não tem ligação com as representações sociais estudadas por Moscovici e abordadas no primeiro capítulo desta dissertação. Goffman parte de uma analogia com a ação teatral, traçando um paralelo entre as técnicas adotadas por um individuo em suas interações sociais com aquelas utilizadas por um ator que representa determinado personagem no palco de um teatro:

> Venho usando o termo ‘representação’ para me referir a toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência. Será conveniente denominar de fachada a parte do desempenho do indivíduo que funciona regularmente de forma geral e fixa com o fim de definir a situação para os que observam a representação. Fachada, portanto, é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação. (GOFFMAN, 2013, p. 34).

Para o autor, ao desempenhar um papel, o indivíduo de certa forma solicita a seu público que acredite na representação que está sendo feita e considere que tal personagem de fato apresenta as características ali demonstradas. Desta maneira, podemos sugerir que a escritora Thalita Rebouças adota as características descritas mais acima em sua fachada, que por sua vez é exibida nas suas mais diversas inserções midiáticas, seja como apresentadora ou como convidada em algum programa de entrevistas. Ao assumir tal fachada, a escritora requisita que seu público, os telespectadores, considere tais atributos como sendo genuinamente seus. É uma espécie de acordo entre a escritora e seus observadores.

Para além das interações via mídia, porém, é importante mencionar que o mesmo processo de “representação” e “fachada” acontece nas oportunidades de contato que se dão pessoalmente entre a autora e seu público, o que acontece, com frequência, por exemplo, nos eventos de lançamento e sessões de autógrafos de

seus livros. A mesma “fachada” midiática é adotada “face a face”, reforçando a própria fachada, o personagem da autora de uma forma geral e o acordo implícito entre ela e seus fãs.

Goffman afirma que a fachada social pode ser subdividida em partes como aparência, maneira e cenário, ou seja, respectivamente, a forma como aquele personagem é apresentado, seus gestos e expressões faciais, e o ambiente adequado com tudo em seu devido lugar. Quando essas etapas funcionam de maneira harmônica - o que parece acontecer na grande maioria das interações da escritora com o público, seja via mídia ou pessoalmente -, elas costumam se configurar como fatos confirmatórios, ajudando a tornar essa experiência significativa para o público. O autor chama a atenção ainda para o fato de que muitas vezes essas representações apresentam uma concepção idealizada da situação. É como se fosse uma festa, afirma Goffman, e ficar fora dela é de certa forma se afastar da realidade. Isso pode ajudar a explicar porque aquele público que se considera fã legítimo da escritora faz tanta questão de assistir a todas as suas aparições nos meios de comunicação, assim como de comparecer o máximo possível aos eventos em que ela esteja presente pessoalmente. Eles não querem ficar de fora de nenhuma oportunidade de vivenciar uma experiência real com seu ídolo.

Após analisar aqui a forma como é elaborado e reforçado o construto midiático da escritora Thalita Rebouças, assim como a forma como se consolida sua fachada, nos termos de Goffman, a próxima etapa consistirá na análise das características e valores associados aos principais personagens de suas narrativas ficcionais. Pretende-se, a partir daí, elaborar um panorama das representações sociais juvenis encontradas em sua obra.

5
Representações sociais dos adolescentes na obra da escritora Thalita Rebouças

Como analisamos no Capítulo 1 desta dissertação, para Serge Moscovici (2011), as representações sociais fornecem modelos que são conhecidos e partilhados por todos e essas categorias nos ajudam a "encaixar" aquilo que se apresenta como estranho em algo que já nos seja familiar, diminuindo o desconforto em lidar com o desconhecido e facilitando nossa própria compreensão de mundo. Desta forma, descrever e explicar as representações é fundamental para compreender a nós mesmos e ao mundo em que vivemos. No presente capítulo, pretende-se analisar a obra da escritora Thalita Rebouças com foco nas representações sociais dos adolescentes, a partir de uma observação acerca dos principais personagens de seus livros, suas características, valores, estilos de vida, conflitos e ambições. Serão levadas em consideração também as relações familiares, de amizade e amorosas retratadas e as temáticas mais recorrentes. A etapa seguinte consiste em estabelecer uma comparação entre tal reflexão e o construto midiático da autora, analisado no capítulo 4, a fim de investigar potenciais semelhanças ou divergências e que ajudem a compreender o alcance e o sucesso de sua obra.

5.1
O *corpus* da análise

Dentre os 18 livros publicados por Thalita Rebouças, seis serão analisados aqui mais detalhadamente. Tendo em vista o objetivo principal de refletir acerca das representações sociais dos adolescentes, os títulos *Adultos sem filtro*, *Por que só as princesas se dão bem?* e *Bia não quer dormir* não serão considerados por terem público-alvo diferenciado: o primeiro é voltado para adultos, e os dois últimos mencionados destinam-se às crianças. A obra *Uma fada veio me visitar* também não será analisada por ser bastante diferente com relação às demais, sendo o único de todos os livros da escritora a pertencer ao gênero da literatura fantástica, tendo como uma das protagonistas um personagem que é uma fada.

No caso dos livros que tiveram continuação ou são integrantes de séries, avaliou-se que os primeiros volumes de cada uma são os mais ricos para análise uma vez que é nessas obras que os principais personagens são apresentados aos leitores de maneira mais detalhada. As continuações costumam se repetir quando avaliadas sob essa perspectiva. Além disso, o primeiro volume de cada uma delas foi que obteve relevante sucesso de público e de vendas a ponto de motivar e justificar a produção e lançamento dos títulos seguintes.

Desta forma, tem-se aqui um *corpus* composto por seis livros a serem analisados. O primeiro deles é *Traição entre amigas*, que teve sua primeira edição lançada em 2000, e que foi o primeiro livro escrito por Rebouças. De acordo com o que conta a própria autora em diversas entrevistas veiculadas na mídia, ela desenvolveu esta narrativa pensando em agradar às jovens adultas com idade entre 18 e 25 anos, mas se surpreendeu ao ver que a obra conquistou leitoras com outro perfil: as adolescentes e pré-adolescentes. O livro conta a história das melhores amigas Penélope e Luíza, ambas na faixa dos 20 e poucos anos, que se conheceram em um curso de teatro e rapidamente se tornaram bastante próximas. Elas convivem diariamente até o dia em que Penélope passa uma noite com Vicente, caso amoroso de Luíza e professor de teatro de ambas. A traição leva a uma separação radical das amigas, cujas vidas tomam rumos distintos. Penélope vai morar nos Estados Unidos em busca do sonho de se tornar atriz e Luiza interioriza sua decepção e adota a internet como único canal de relacionamento com o mundo. Três anos após a briga, elas se reencontram por acaso e precisam lidar com o passado.

O segundo livro a ser analisado é *Tudo por um pop star*, lançado em 2003, já pela editora Rocco, responsável por todos os livros da escritora a partir de então. O título apresenta ao público um trio de protagonistas, as adolescentes Manu, Gabi e Ritinha, com idades entre 12 e 13 anos. Moradores de Resende, as amigas são fanáticas pela banda pop de maior sucesso do planeta no momento, a *Slavabody Disco Disco Boys*, que anuncia um show no Brasil, no Rio de Janeiro. As três, então, se mobilizam para viabilizar uma maneira de viajar até a capital do estado e assistir ao show. As dificuldades são grandes, desde a espera pela permissão dos pais, as confusões nas mais diversas tentativas de se aproximarem de seus ídolos, até que aparecem em um programa de televisão de grande

repercussão nacional e "pagam o maior mico"[41] de suas vidas. O livro foi adaptado para duas montagens teatrais, entre 2013 e 2014, ambas de grande sucesso de público sendo que uma delas ficou em cartaz exclusivamente na cidade do Rio de Janeiro e outra além da temporada carioca, teve também uma temporada paulista e realizou turnê por diversas cidades do país. Manu, Gabi e Ritinha são também as protagonistas de dois outros livros lançados posteriormente: *Tudo por um namorado* (2005) e *Tudo por um feriado* (2007).

Fala sério, mãe! (2012 [2004]) é o terceiro livro selecionado para este estudo e consiste em um dos maiores sucessos de Thalita Rebouças. O título é o primeiro de uma série que conta com mais cinco volumes: *Fala sério, pai!*; *Fala sério, filha!; Fala sério, amor!*; *Fala sério, amiga!*; e *Fala sério, professor!*. A protagonista de todos eles é Maria de Lourdes (ou Malu). O primeiro volume da série é composto por diversas crônicas que retratam o período desde quando sua mãe estava grávida dela até os seus 21 anos, quando sai de casa para dividir o apartamento com uma amiga. *Fala sério, mãe!* foi o primeiro livro da escritora a ser adaptado para o teatro e foi também baseado nele que foi escrito o episódio *A mãe da Barra*, da série *As brasileiras*, dirigida por Daniel Filho e exibido, com grande sucesso, pela Rede Globo, em maio de 2012.

O próximo livro é *Ela disse, Ele disse* (2010), o primeiro da autora a ter um adolescente do sexo masculino entre os protagonistas. O ponto de partida da narrativa é o primeiro dia de Léo e Rosa em uma escola nova. Ambos são narradores e vão contar na primeira pessoa e em capítulos alternados, o início de novas amizades, experiência com *bullying*, o surgimento de uma paixão, entre outros temas com os quais precisam lidar ao longo do primeiro ano em que estão neste novo colégio. A continuação da história foi lançada com o título *Ela disse, Ele disse – O namoro* (2013) e aborda esta nova etapa do relacionamento entre os protagonistas. O segundo volume foi desenvolvido em coautoria com o desenhista Maurício de Souza, criador da Turma da Mônica, e cujos personagens são inseridos no livro, em uma segunda estrutura narrativa, como se fossem, eles mesmos, leitores da história de Léo e Rosa.

Será analisado também o livro *Era uma vez minha primeira vez* (2011), que tem como temática principal a iniciação sexual de seis amigas, Teresa, Clara,

[41] Gíria que indica que a pessoa passou por uma situação constrangedora, que ficou envergonhada.

Tuca, Fernanda, Patty e Joana. Cada um delas narra um capítulo do livro contando suas dúvidas, anseios, medos e também como foi a experiência da primeira vez. Esta obra não teve continuação, mas foi considerada interessante para análise dada a relevância de sua temática que é, como discutido no Capítulo 1, questão intrínseca à própria condição de adolescente.

Por fim, fechando o corpus, está *360 dias de sucesso* (2014), que conta a história de uma banda, formada por cinco adolescentes, sendo quatro meninos e uma menina. A iniciativa que começa com o objetivo de se divertir, acaba virando trabalho e, mais que isso, se torna um grande e inesperado sucesso, alçando seus integrantes à fama repentina. Sonhos, responsabilidades, amizades e amores não correspondidos fazem parte dos assuntos abordados.

5.2
Personagens, relações sociais, narrativas e temáticas

Como discutido no Capítulo 2, liminaridade, ambiguidade e indefinição, são características intrínsecas à adolescência. Desta forma, possivelmente mais até do que outras categorias sociais, esta dos adolescentes talvez seja uma das que apresenta maior diversidade de representações, que se apoiam em nuances e sutilezas as mais variadas. Não há um modelo único de adolescente presente na obra da escritora Thalita Rebouças, são vários. Há, sem dúvida, fatores de convergência, aspectos que são bastante comuns entre eles, mas por outro lado, há uma pluralidade de biografias, estilos de vida e relações afetivas. As diversas representações dos adolescentes estão em consonância com a dificuldade intrínseca de se delimitar o grupo social dos jovens que, como propõe Groppo (2000), não pode ser tomado como uma categoria única, muito pelo contrário, ele afirma haver uma enorme multiplicidade de juventudes.

No que tange mais especificamente aos adolescentes protagonistas dos livros analisados, as idades variam um pouco, indicando, tal como discutido no Capítulo 2, que a adolescência não pode ser definida por critérios essencialmente etários: Penélope e Luíza, de *Traição entre amigas*, estão na faixa dos 20 e poucos anos; o trio Manu, Gabi e Ritinha, de *Tudo por um pop star*, tem entre 12 e 13 anos; a Malu, de *Fala sério, mãe!*, tem episódios de sua vida contados desde quando estava na barriga da mãe até os 21 anos, mas é aos 12 anos, quando ela dá

seu primeiro beijo, que ganha voz própria e assume a narrativa, que até então estava a cargo de sua mãe; Rosa e Léo, de *Ela disse, Ele disse* tem 14 anos; as amigas de *Era uma vez minha primeira vez* vão contar as histórias de quando tinham entre 15 e 19 anos; e os componentes da banda de *360 dias de sucesso* possuem idades que variam entre 15 e 18 anos.

Trata-se, em sua totalidade, de jovens que moram no Rio de Janeiro, à exceção de Manu, Gabi e Ritinha, que vivem em Resende, no interior do estado, mas cuja narrativa se passa, na maior parte do tempo, na capital carioca. Todos pertencem, também, à chamada classe média brasileira, alguns são de famílias com melhores condições financeiras, outros com menos, mas todos podem ser incluídos nesta categoria social. À exceção da Penélope de *Traição entre amigas*, que mora sozinha, todos os demais moram com pelo menos um dos pais. Penélope e Luíza estão na faculdade e todos os outros estão às voltas com as obrigações escolares. Tal como propõem Rocha e Pereira, dois dos aspectos importantes associados à adolescência são "ser solteiro ou depender do dinheiro dos pais" (ROCHA & PEREIRA, 2009, p. 30). Absolutamente todos os personagens analisados se enquadram neste perfil.

A escola é retratada como uma arena de múltiplas significações. É nela que os adolescentes assumem responsabilidades e a questão da autoridade se faz bastante presente: os pais cobram o bom desempenho dos alunos, que precisam aceitar e cumprir as regras impostas pelos professores e pela direção da escola. Ou seja, é um espaço no qual os adolescentes estão o tempo todo sob supervisão e controle, mostrando, tal como afirma Bourdieu (1983), que o sistema escolar, baseado em uma dominação adulta, tem por objetivo controlar os jovens e prepará-los para assumir papeis sociais pré-determinados. Ao mesmo tempo, porém, a escola é por excelência um espaço de sociabilidade, de interação, de construção e consolidação de grandes amizades, algumas inimizades, de amores e decepções amorosas. Podemos considerar que a escola faz ou fez parte da vida de 100% dos leitores da escritora Thalita Rebouças, sendo que a inserção deste ambiente na narrativa, por si só, já pode facilitar a identificação dos leitores com o livro. Todos podem se reconhecer ali e, para facilitar, a gama de protagonistas e seus perfis e características como estudantes é variada. Ritinha de *Tudo por um pop star* é aluna exemplar, Gualter e Mari de *360 dias de sucesso* são muito bons alunos também. Já Marcelo Pá, deste último livro citado, era péssimo aluno e já

havia repetido a série escolar duas vezes. A Malu, de *Fala sério, mãe!*, enfrentou problemas na escola, o que afetava sua autoestima e despertava a sensação de não conseguir corresponder às expectativas dos pais. Léo, de *Ela disse, ele disse* se mostra um aluno mediano. Representando diferentes tipos de alunos, os variados personagens oferecem modelos diversos de referência para o leitor.

A indeterminação tão característica da juventude, observável num movimento contínuo de aproximação e afastamento oscilante tanto da infância quanto da vida adulta, pode ser observada na obra analisada. Em *Tudo por um pop star*, por exemplo, Ritinha confessa que ocasionalmente ainda brinca de boneca, mas só para "matar as saudades" dos brinquedos, com os quais se divertia com frequência até o ano anterior (quando tinha 11 anos). No mesmo livro, as três adolescentes ficaram muito animadas com a possibilidade de passarem sozinhas (sem a supervisão de um adulto) uma noite no apartamento em que estavam hospedadas no Rio de Janeiro. Elas se referiram à situação como uma possibilidade de "brincar de gente grande" e assumir essa responsabilidade muito as entusiasmava. Por outro lado, quando se aventuraram a ir sozinhas ao show de sua banda preferida e enfrentaram uma série de adversidades, sabiam que seriam repreendidas por seus pais, mas esperavam contar com certa compreensão da parte deles ao afirmarem "eles já foram crianças um dia".

Esta questão do relacionamento entre pais e filhos está presente em todos os livros analisados. Uma boa relação nos livros é retratada por dois aspectos principais: a existência de um diálogo franco e aberto entre pais e filhos, de amizade e intimidade, e o apoio e suporte dos pais para que os filhos sigam seus próprios caminhos, aquilo que escolheram eles mesmos para suas vidas, seja o sonho de seguir a carreira artística, por exemplo, ou mesmo o livre arbítrio para escolher as próprias amizades. Esta boa relação é bastante valorizada pela autora e tende a ser, nos livros, a visão mais comum, como acontece no caso de Gabi, de *Tudo por um pop star*; Malu, de *Fala sério,mãe!*; Léo e Rosa de *Ela disse, Ele disse*; Teresa e Nanda, de *Era uma vez minha primeira vez*; Pedro, Marcelo Pá, Gualter e Mari, de *360 dias de sucesso*. Alguns trechos dos livros podem ajudar a ilustrar tais relações:

> [Teresa, em *Era uma vez minha primeira vez*]: Sempre fui boa filha e a mamãe uma fofa, nunca me pedia nada (REBOUÇAS, 2011, p.17).

> [Léo, em *Ela disse, Ele disse*]: Sempre fui muito ligado ao meu pai. Ele é engraçado, inteligente, tá sempre sorrindo, acha tudo ótimo, é um parceiraço. Um pai completo. Preocupado, mas sem ser chato, me pega tardão nas festas sem reclamar, me ajuda nas matérias mais complicadas, me leva ao Maraca pra gente torcer pelo Fluzão, joga tênis comigo, cismou que quer me ensinar a jogar golfe, me bota na garupa da sua moto para passear pelo Rio... Acima de tudo, meu pai é meu amigo (REBOUÇAS, 2010, p.25).
> [Sobre Mari, em *360 dias de sucesso*]: Órfã de pai aos 10 anos, Mari logo se tornou melhor amiga e companheira inseparável de Isaura (sua mãe) (REBOUÇAS, 2014, p.83).
> [Gualter, em *360 dias de sucesso*]: Élcio (o padrasto) e minha mãe formavam um casal nota 10. Nunca brigavam e mantinham uma harmonia de fazer inveja a casais de anúncio de margarina. Os dois sempre deram força para minha batera. Às vezes minha mãe botava Metallica pra tocar no volume máximo e me pedia pra acompanhar. Eu adorava. Mesmo quando ela fazia voz de criança pra me elogiar (REBOUÇAS, 2014, p.47).

Em contraposição, um mau relacionamento com os pais é marcado pela falta de compreensão, diálogo e apoio e costuma se configurar de fato um problema para esses jovens, gerando transtornos e conflitos no dia-a-dia. É o caso de Luíza, de *Traição entre amigas*; de Clara e Patty, de *Era uma vez minha primeira vez*; e de Théo, de *360 dias de sucesso*. Trechos dos livros ilustram essas situações:

> [Clara, em *Era uma vez minha primeira vez*]: Que porcaria vida de adolescente! Você não pode fazer nada (embora ache que tem o direito de fazer tudo) e sua vida é controlada e vigiada por pessoas que acham que têm esse direito só por serem seus pais (REBOUÇAS, 2011, p.64).
> [Sobre Théo, em *360 dias de sucesso*]: Alina, como já deu pra perceber, não tinha filtro, dizia na cara do filho barbaridades que magoariam até um robô. E Theo não raro chorava escondido, mais revoltado que triste. Por muitas vezes, o garoto quis perguntar à mãe o que tinha feito de errado para ela, mas engolia a pergunta por vários motivos: era sua mãe, ele a amava e sabia que, do seu jeito, ela o amava também e por isso se machucaria caso fosse encostada na parede pelo filho (REBOUÇAS, 2014, p. 19).
> Alina e Ricardo, além de distantes e de não esconderem a preferência escancarada por Mônica (a filha mais velha), não o apoiavam em nada. A mãe, então, implicava com tudo: o perfume que ele usava, o corte de cabelo, a roupa, as meias. Não gostava das amizades do filho e o achava irresponsável, péssimo aluno e burro. Burrão. Isso ela nunca disse explicitamente. Só nas entrelinhas. (REBOUÇAS, 2014, p.20).

Provavelmente por ser a temática principal de *Fala sério, mãe!*, no livro a relação entre mãe e filha é mostrada de maneira bem mais abrangente, cheia de nuances, para além da dicotomia pais dialogam/ apoiam os filhos X pais que não dialogam/ não apoiam os filhos. O relacionamento de Malu com sua mãe Angela é

repleto de altos e baixos, momentos de conflito, mas também de fortalecimento de vínculos e afetos. Angela implica frequentemente com Alice, a melhor amiga da filha; invade o espaço de Malu muitas vezes, como quando foi à escola e solicitou a mudança de turma da filha, sem consultá-la antes; ou quando a matriculou em um curso de francês por decisão exclusivamente sua; entre outras situações, que provocam a reação indignada de Malu:

> Todos os dias da minha vida eu faço um monte de coisas só porque você quer. Vou ao inglês porque você quer, faço natação porque você quer, leio livros que você e os professores me obrigam a ler, vou a museus que você escolhe, faço programas que você acha legais, dou satisfação em casa porque você acha certo... (REBOUÇAS, 2012, p. 107).

Há, porém, momentos de bastante reconhecimento e admiração da mãe pelas atitudes da filha, sendo que ela chega a admitir que, por vezes, Malu é mais madura do que ela ou mesmo que ela também tem o que aprender com Malu (rompendo a premissa do saber em formação dos adolescentes normalmente colocado em contraposição ao saber dos adultos). Uma fala da personagem da Malu, aos 16 anos, por conta da separação de seus pais, ilustra bem uma dessas situações:

> Fui mãe da minha mãe hoje. E gostei. A vida é assim, vem em ondas, como bem disse o sábio Vinicius de Moraes. Um belo dia, você acorda e se vê obrigada a cuidar um pouco de quem sempre cuidou de você. E é nesses momentos que descobrimos que nossos pais não são super-heróis. São gente como a gente, só que mais crescidos, o que não quer dizer mais maduros. Pela primeira vez, não me senti uma pirralha perto da minha mãe. Conversamos, sim, de mulher para mulher, e ela escutou de verdade cada palavra que saiu da minha boca. Acho que consegui ajudá-la. Mesmo. Não sei se muito ou pouco, mas ajudei. E estou feliz da vida por isso (REBOUÇAS, 2012, p. 143).

Ao final do livro, a mensagem que parece ficar é a de que desavenças e conflitos entre pais e filhos são comuns e fazem parte do processo de amadurecimento. E que, passada esta fase conturbada, na maioria das vezes, vínculos e afetos se fortalecerão, de modo que uma relação franca, honesta, de respeito e amizade possa ser estabelecida por toda a vida. De modo geral, há uma valorização do bom relacionamento e a indicação de que a ausência deste causa dificuldades ou mesmo sofrimento para os jovens. Vale dizer que, em nenhuma das situações retratadas, tem-se um conflito direto, uma revolta ou enfrentamento

dos pais por parte dos filhos. O que se observa é um conformismo ou tristeza com a situação, mas que não impulsionam um embate mais ativo. Talvez haja aí uma preocupação da autora em não causar resistência junto aos pais de seus leitores e potenciais leitores.

Há ainda uma questão a se colocar a esse respeito. Muitas vezes, a autora recorre ao humor para mostrar os pais de maneira jocosa, como quando retrata preocupações supostamente exageradas deles em situações comuns do dia-a-dia de seus filhos. Isso se dá com frequência em *Fala sério, mãe!*, como no episódio em que Angela prefere andar de ônibus ou táxi a se arriscar a perder a vaga, que ela considera ótima, em que seu carro está estacionado na rua; ou quando ela dança de maneira inconveniente na festa de aniversário da amiga de Malu; ou ainda quando Malu vai fazer uma viagem com os amigos aos 16 anos e a mãe entra no ônibus e pede a todos que ajudem a olhar por Malu, que a lembrem do horário de tomar o remédio e ainda pede ao motorista que ligue para ela a cada parada para dar notícias da viagem. A crítica aos pais, quando existe, é pela via do humor e feita de forma leve, sem abordar aspectos que poderiam ser polêmicos.

Ritos de passagem associados mais especificamente à adolescência também são retratados de maneira variada nos livros analisados. De acordo com Gennep (2013), a maioria deles consiste em "ritos de iniciação" e vai começar a iniciar o indivíduo em uma próxima etapa da vida social. A diferenciação entre a puberdade fisiológica e a "puberdade social" proposta pelo autor, pode ser observada de maneira bastante clara em *Fala sério, mãe!*. No livro, aos 11 anos, Malu espera ansiosamente pela sua primeira menstruação, como quando afirma "Eu sei que tudo vai mudar na minha vida depois que eu menstruar. Vou ficar mais mulher" (REBOUÇAS, 2012, p. 62). Aos 13 anos, em seu terceiro ciclo menstrual, Malu reclama por nada ter mudado de fato em sua vida por causa disso: "E o pior de tudo é que não me sinto nem um pouco mais mulher como achei que aconteceria. Sou a mesma adolescente de sempre..." (REBOUÇAS, 2012, p.77). Na história de Malu, o primeiro beijo foi bem mais determinante para trazer mudanças do que a menstruação. Na primeira metade do livro, os textos mostram o ponto de vista da mãe, que é a narradora. Porém, a partir do seu primeiro beijo, aos 12 anos, é Malu quem assume a narrativa. Este é o fato biográfico que lhe confere voz, mas ele não se dá sozinho, vem acompanhado de

outros indícios de amadurecimento social da personagem, tal qual explica a sua mãe:

> Hoje, ela escolhe roupas, livros e CDs sozinha e já beija de língua no escuro do cinema. É a menina cedendo lugar não à mulher, mas a uma linda mocinha. Que tem vontade e pensamentos próprios, opiniões formadas, certezas, desejos e verdades que borbulham na sua cabecinha adolescente. Cabeça que se orgulha de ter ideias e ideais, que me ensina muito, diariamente, e que se expressa com clareza e coerência através de gestos, atitudes e, principalmente, palavras. É, palavras. A partir de agora, tenho certeza, ela já pode falar por si própria (REBOUÇAS, 2012, p. 76).

Para Van Gennep, os "ritos de iniciação" têm caráter sexual e correspondem à iniciação sexual dos adolescentes, sendo uma característica fundamental para o ingresso pleno na vida adulta. A questão é abordada de maneira bastante recorrente nos livros analisados, sendo que *Era uma vez minha primeira vez* faz desta a sua temática principal. A autora aborda a história da iniciação sexual (ou primeira vez) de cada uma das seis amigas protagonistas, retratando seus medos, anseios e dificuldades com relação ao tema, antes, durante e depois do ato propriamente dito. Algumas delas tiveram boas experiências. Para outras, a primeira vez foi bastante decepcionante, diferente de tudo o que sempre imaginaram. De uma forma geral, porém, a mensagem que perpassa todas as histórias é de que a iniciação sexual de cada um delas foi somente isso, o início. Independente de cada história específica, o que a autora parece querer mostrar é que a vida sexual poderá ser boa e será independente do que tenha acontecido na primeira vez. Desta forma, ameniza-se um pouco o peso dos medos e anseios das adolescentes no que diz respeito à perda da virgindade em si. A primeira vez é mostrada como não determinante para o sucesso de toda uma vida sexual que virá em seguida. É sem dúvida, uma experiência marcante e que será lembrada, mas não tão definidora e definitiva como parece acreditar quem está vivendo ou prestes a viver isso pela primeira vez. Alguns trechos do livro ilustram essa posição:

> [No reencontro das amigas em *Era uma vez minha primeira vez*]: Relembraram, sem mágoas ou julgamentos, sua primeira experiência no quesito sexo. Conhecendo a história de cada uma, fica claro que a primeira vez pode até ser um assunto rodeado de mistérios e dúvidas, mas faz parte da vida e não tem, mas não tem mesmo!, receita de bolo para dar certo. Ela pode ser bacana, dolorosa, sofrida, inesperada, desastrada, inusitada, divertida. Às vezes é diferente de tudo

> o que planejamos, sonhamos, acreditamos, pensamos. Mas fica carimbada na nossa memória, sendo ela boa ou ruim (REBOUÇAS, 2011, p.11).
> [Clara, *em Era uma vez minha primeira vez*]: Aprendi que primeira vez não precisa ser exatamente boa. Afinal, tem sempre a segunda, a terceira, a quarta, a nonagésima vez. E cada vez é melhor que a anterior (REBOUÇAS, 2011, p. 78).

Vale mencionar que para as três protagonistas de *Tudo por um pop star*, de 12 e 13 anos, a questão da iniciação sexual parece não se fazer ainda presente. Elas estão às voltas com o que podemos chamar de uma etapa anterior, a do primeiro beijo. Das três, apenas Gabi já beijou meninos e fala do assunto com naturalidade. Manu e Ritinha ainda não e se sentem desconfortáveis com esse tema. Já para Penélope e Luíza, de *Traição entre amigas*, a iniciação sexual é uma etapa ultrapassada, uma questão resolvida para elas que, sob esta perspectiva e segundo Gennep, já podem inclusive ser consideradas adultas.

O início da vida amorosa e sexual é retratado nos livros também sobre outros aspectos a ele relacionados. Um deles é a pressão que muitos jovens sofrem, inclusive de seus próprios amigos, para que se dê logo este início sexual. Ser o último de um grupo de amigos a perder a virgindade pode trazer constrangimentos. A Patty, de *Era uma vez minha primeira vez*, conta que sofria *bullying*, por ser virgem aos 19 anos. A Malu, de *Fala sério, mãe!*, usou o fato de todas as suas amigas já terem tido a primeira vez como uma das justificativas para a primeira vez dela própria. Assim ela explica porque resolveu ter relações sexuais com seu namorado: "Porque estava na hora! Porque deu muita vontade. Porque o cara é tudo de bom. E, cá entre nós, porque eu era a última virgem das minhas amigas" (REBOUÇAS, 2012, p. 150).

Todos esses episódios são mostrados de forma romanceada, não se pode observar, em nenhum momento, uma pretensão didática ou um tom de especialista, que vai dar orientações aos leitores sobre tais questões. O que se tem é uma visão bastante positiva da ida a um ginecologista, ou seja, a autora não requer para si ou para sua obra o papel ou a responsabilidade de orientar os leitores em uma questão que pode ser considerada delicada. Em vez disso, fica o conselho implícito para que os adolescentes procurem um especialista na vida real. A Joana, de *Era uma vez minha primeira vez*, afirma: "Tinha lido numa revista que o melhor a fazer era ir ao médico antes da primeira vez, para ver se estava tudo nos conformes. Marquei o ginecologista e... adorei!" (REBOUÇAS, 2011, p. 163). No caso da Malu, de *Fala sério, mãe!*, a dica é ainda mais

específica. Ela assume a preferência por procurar um médico ginecologista diferente do de sua mãe para que se sinta ainda mais à vontade para esclarecer todas as dúvidas e conversar sobre seus anseios.

O processo de busca pela construção da auto-identidade e a tentativa de adoção de um estilo de vida que possa orientar as escolhas do indivíduo, tal como propõe Giddens (2002), também pode ser observado nas narrativas analisadas. Nos livros, isso se reflete nos hobbies, gostos, desejos e escolhas que fazem os personagens. A Gabi, de *Tudo por um pop star*, adorava criar sua própria moda, costurava suas roupas e tinha um estilo muito próprio de se vestir; Penélope, de *Traição entre amigas*, fazia bijuterias para seu uso e para vender entre as amigas. O esporte, por sua vez, é a escolha de alguns deles também: a Ritinha, de *Tudo por um pop star*, gostava de skate e esportes com bola; Gaspar, de *Era uma vez minha primeira vez*, tinha talento para o beisebol e ficou quase três anos em intercâmbio nos Estados Unidos com bolsa de estudos por conta de sua atuação como atleta; Luca, do mesmo livro, gostava de surfar e não perdia uma partida de futebol no Maracanã; Théo, de *360 dias de sucesso*, também gostava de surfar e essa prática era para ele quase uma terapia, que o ajudava a refletir sobre seus problemas. O teatro é a escolha de personagens como Penélope e Luiza, de *Traição entre amigas*; e de Vina, namorado de Nanda em *Era uma vez minha primeira vez*. Sem dúvida, porém, a atividade mais comum entre os personagens estudados é a música. Além dos protagonistas de *360 dias de sucesso* que formam a banda que alcança o sucesso do título, Cabelo, namorado de Clara, em *Era uma vez minha primeira vez* era guitarrista e também integrava uma banda; Vinícius e Luca, do mesmo livro, tocam violão. Em *Tudo por um pop star*, as meninas não praticam nenhum instrumento, mas a narrativa é construída em torno da adoração e idolatria do trio por uma banda pop internacional. Em alguns casos, essas atividades vão extrapolar o âmbito de *hobbies* para se transformar em trabalho ou em um objetivo profissional, sendo que o caso mais ilustrativo nos livros é o da banda Pólvora, de *360 dias de sucesso*. Isso está em consonância com o que afirma Giddens (2002) de que a adoção estratégica de um estilo de vida envolve decisões que consistem em uma preparação para o futuro.

Como vimos, o lazer é o espaço que melhor possibilita o exercício de escolhas desses estilos de vida e Groppo (2000) vai relacioná-lo com a multiplicação de grupos juvenis, com a cultura do consumo e com a indústria

cultural. Com o gradativo afastamento dos jovens de instituições como a família, a escola e a Igreja, eles se aproximam cada vez mais da cultura de massa e da influência desta, que será decisiva para suas escolhas de consumo. Uma vez que os bens de consumo são dotados de valor simbólico, a aquisição de bens reflete afinidades com valores e posições associados a essas mercadorias. Da mesma forma, indivíduos que optam por produtos iguais ou similares expressam de maneira indireta afinidades entre si. Pode ser esta a justificativa para a escolha da autora por fazer uma série de referências a bens culturais reais em seus livros. Em *Tudo por um pop star*, a banda alvo da adoração do trio de protagonistas é fictícia, mas são citados artistas mundialmente conhecidos, como Bono Vox, U2, Elton John e Madonna. Além disso, há a menção a uma aparição das meninas em matéria veiculada no *Fantástico*, programa dominical tradicional exibido nas noites de domingo pela Rede Globo. Vale dizer, inclusive, que essa participação fictícia das meninas no programa é decisiva para traçar os rumos das personagens na trama narrativa. Já em *Fala sério, mãe!*, há uma crônica repleta de referências e citações ao humorista Renato Aragão, conhecido com Didi e líder do grupo *Os Trapalhões*, que durante muitos anos teve um programa humorístico na Rede Globo, fazendo sucesso junto a gerações de crianças. Mas é em *360 dias de sucesso* que estão as referências mais variadas. Devido à ambientação no universo musical, canções, bandas e artistas de verdade são citados com frequência. Além disso, para mostrar o processo de escalada para o sucesso da banda Pólvora, a autora cita inúmeros programas da grande mídia que teriam dado espaço ou mesmo destaque para a banda fictícia, como *Fantástico* e *Caldeirão do Huck*, ambos programas de grande audiência exibidos pela Rede Globo, e ainda uma clara referência à Ilha de Caras, ainda que sem mencionar seu nome, para onde uma das revistas de maior circulação nacional sobre celebridades costuma levar artistas e famosos para a realização de matérias exclusivas. Vale mencionar, ainda, que Gualter o guitarrista da banda e narrador do livro é muito parecido com o bruxinho Harry Potter, do mega sucesso de J.K.Rowling. A utilização desse recurso pela escritora facilita o processo de identificação dos leitores com as histórias e personagens, uma vez que tem potencial para estabelecer um vínculo imediato entre ambos. Com o recurso da autorreferência, a cultura de massa fortalece o vínculo entre seus produtos.

A internet faz parte da vida dos jovens representados nos livros. Em *Traição entre amigas*, talvez por ser o livro mais antigo entre os analisados, mostra-se que Luíza, após brigar com Penélope e Vicente, se isola do mundo exterior e busca refúgio na Internet, que passa a ser praticamente sua única janela com o mundo. De alguma forma, tem-se aí uma crítica embutida a esse isolamento, mostrado como algo não muito saudável. A internet, então, é retratada como algo ainda novo e o encontro real de Luiza, com uma pessoa que conheceu por meio das redes sociais, é visto como algo até de certa forma arriscado. O conceito de estar presente na Internet de então é diferente do que se tem hoje. Tinha-se a ideia de que a pessoa precisava estar em casa, e deixar de fazer outras coisas, para então imergir no mundo virtual. É diferente do tipo de vida que se leva hoje em uma cidade como o Rio de Janeiro, em que a Internet está nos mais diversos *gadgets* e inserida no dia-a-dia das pessoas, independentemente de onde ou o quê estejam fazendo. Livros seguintes a esse já mostraram outros desdobramentos, como os fenômenos de fama e popularidade que começam nas redes virtuais. É o caso da briga de Léo, na escola, em *Ela disse, ele disse*, que é filmada, editada e colocada na internet, vista por praticamente todo mundo da escola de modo que ele se torne uma espécie de "celebridade" em seu colégio. O mesmo acontece em *360 dias de sucesso*. Primeiro, o pessoal da banda chega até Mari por conta de um vídeo dela tocando e cantando que teve um número bastante alto de visualizações. Depois, já com a banda completamente formada, o primeiro clipe deles é colocado na rede e tal iniciativa é fundamental para o enorme sucesso que a banda Pólvora viria a alcançar.

É recorrente nos livros e aparece como algo bastante valorizado a vivência de experiências em outros países. A Penélope, de *Traição entre amigas*, foi morar nos Estados Unidos em busca do sonho de ser atriz. A Gabi, de *Tudo por um pop star*, tinha o sonho de morar um período em Londres antes dos 18 anos e já estava juntando dinheiro para isso. A mãe de Léo, de *Ela disse, ele disse*, morava nos Estados Unidos. Ele adorava passar as férias lá e se gabava junto aos amigos por ter uma casa em Chicago. Em *Era uma vez minha primeira vez*, Gaspar, que veio a ser namorado de Teresa, tinha feito intercâmbio e ela também tinha vontade de passar um tempo morando fora do país. Já Mari, de *360 dias de sucesso*, sonhava em estudar em Berkeley, escola famosa de música de Boston.

Outros assuntos, comumente associados ao universo adolescente também são abordados nos livros. A preocupação em ser aceito pelos grupos, como afirma Rosa, de *Ela disse, ele disse*, sobre o primeiro dia de aula na escola nova: "Será que me tachariam de chatinha? Será que achariam meu nariz muito grande, minhas canelas muito finas, meu cabelo ressecado, minha voz esganiçada?" (REBOUÇAS, 2010, p.10). O tema do *bullying* é retratado no mesmo livro, também nas palavras de Rosa: "Agressões verbais muitas vezes são piores que físicas, palavras e gestos podem machucar mais que qualquer tapa. Nunca entendi pessoas que gostam de ver outras sofrer, pior, de fazê-las sofrer. Dizem que adolescentes sabem ser cruéis e, com vergonha, concordo plenamente" (REBOUÇAS, 2010, p. 89). Porém, a faceta da solidariedade e o vínculo entre eles também pode ser observado: ao serem suspensos do colégio por se beijarem dentro de sala de aula, Rosa e Léo, de *Ela disse, ele disse*, conseguiram o apoio de muitos outros alunos, que fizeram um vídeo com vários casais de alunos se beijando para tentar mostrar que aquilo não era relevante e que todo mundo fazia o mesmo.

É possível observar nos livros, ainda, situações em que os personagens assumem uma postura reflexiva e analisam sua própria condição de adolescente, atual ou passada. Este recurso possibilita um olhar um pouco mais distanciado, colocando em perspectiva suas questões, angústias e anseios. Alguns trechos ilustram bem este tipo de situação:

> [Rosa, em *Ela disse, ele disse*]: Pô, adolescente implica com tudo, por qualquer motivo – e sem qualquer motivo também, vamos combinar (REBOUÇAS, 2010, p.10).
> [Léo, em *Ela disse, ele disse*]: Vergonha à parte, o fato é que eu estava me sentindo meio diferente mesmo. O tempo passara e eu tinha amadurecido. Não estava um homenzinho (ô, palavra ridícula), mas tinha evoluído no ano que passara e estava cada vez mais perto da vida adulta do que da adolescência (embora me achasse – e agisse como – uma criançona de vez em quando (REBOUÇAS, 2010, p. 188).
> [Tuca, em *Era uma vez minha primeira vez*]: Mas eu tinha apenas 18 anos. E quando temos 18 anos achamos que sabemos de tudo, mas não sabemos nada (REBOUÇAS, 2011, p. 86).
> [Nanda, em *Era uma vez minha primeira vez*]:"...e não existe bicho mais cheio de complexo do que adolescente, né? (REBOUÇAS, 2011, p. 112).
> [Patty, em *Era uma vez minha primeira vez*]: Lembra quando a gente era mais nova e transformava em problemão qualquer probleminha? (REBOUÇAS, 2011, p.10).

Alguns temas que podem ser considerados mais problemáticos, ou mesmo polêmicos, foram abordados no primeiro livro da autora, *Traição entre amigas*, quando ela afirmou estar escrevendo para um público um pouco mais velho. Nos livros seguintes, quando ela assume seu público como adolescente e não mais jovem adulto, ela abre mão de abordar tais assuntos. Entre esses temas estão a vivência de um caso amoroso fora do casamento, aborto, consumo de maconha e racismo. Mesmo em *Traição entre amigas*, esses assuntos são tratados por alto, sem aprofundamento, mas sequer são mencionados nos títulos seguintes.

Como foi possível observar, no que tange às representações sociais dos adolescentes nos livros da escritora Thalita Rebouças, pode-se dizer que há uma constituição basilar desses personagens, uma linha comum entre eles, que indica algumas semelhanças: ainda não possuem sua independência financeira, moram com os pais, residem no Estado do Rio de Janeiro, são jovens da chamada classe média e frequentam a escola (ou faculdade). Por outro lado, há um sem-número de características variadas entre eles: bons e maus alunos, além dos medianos; os que possuem ótima relação com os pais e aqueles que não tem diálogo algum em casa; os que gostam de surfar, de praticar esportes variados, de fazer teatro ou tocar algum instrumento musical; os que se apaixonam e os que só querem diversão; os que fazem amigos facilmente e os que tem dificuldade de aproximação. Isso entre tantos outros exemplos que poderiam ser citados. Tal variedade e diversificação facilita o processo de identificação dos leitores com os personagens e as narrativas. Junte-se a isso um recurso estilístico bastante utilizado pela autora e que consiste na alternância de narradores dentro de uma mesma obra. Em *Traição entre amigas*, a partir da crise na amizade entre Penélope e Luiza, os capítulos começam a ser narrados de forma alternada entre ambas. Em *Ela disse, ele disse*, são Léo e Rosa que se revezam à frente da história. Em *Fala sério, mãe!*, a mãe da protagonista conduz a primeira parte da narrativa, que posteriormente é assumida pela filha. Em *Era uma vez minha primeira vez*, cada uma das seis protagonistas é a narradora de um capítulo. Este recurso possibilita ao leitor acesso a diferentes pontos de vista referentes a uma mesma narrativa, ampliando suas possibilidades de identificar pontos de congruência com os personagens narradores.

Tais fatores ajudam a explicar a enorme aceitação de tais livros junto ao público e seu consequente sucesso de vendas. Vale lembrar que a pesquisa exploratória realizada com adolescentes leitores e apresentada no Capítulo 3 desta

dissertação aponta que: quando perguntados sobre por que gostam das histórias dos livros que leem, 56,8% dos entrevistados responderam que se identificam com algum personagem; 44,8% afirmaram que desejariam viver uma vida como a do personagem; 20,8% disseram que é porque se identificam com o autor (a); 19,20% porque o livro tem uma linguagem fácil de entender; e 11,20% afirmaram que os livros contam histórias que eles já viveram. Temos aqui uma afirmação dos próprios jovens sobre a grande importância que o processo de identificação com os personagens tem para eles, assim como a projeção (quando desejam viver uma vida como a do personagem) e ainda a familiaridade com as histórias contadas (quando os livros contam histórias que eles já viveram).

5.3
Correlações entre a obra e o construto midiático da autora

O objetivo aqui é investigar a possibilidade de estabelecer correlações entre as representações sociais dos adolescentes encontradas na obra de Thalita Rebouças e analisadas acima e os valores e atributos associados ao construto midiático da autora, estudado no Capítulo 4. Tal reflexão se mostra pertinente quando retomamos uma das questões colocadas aos adolescentes na pesquisa exploratória realizada e que foi apresentada no Capítulo 3. Diante da pergunta sobre qual o significado para os jovens dos autores que eles gostam, as respostas foram: 42,4% inspiração; 14,4% ídolo; 13,6% conselheiro; 8,8% amigo; e 20,8% afirmaram que nenhuma das alternativas anteriores. Busca-se compreender, portanto, de que forma a imagem pública da autora funciona ela também como fonte de inspiração para os leitores.

Vale lembrar a importância da mídia no culto às celebridades, uma vez que, impossibilitadas de ter um contato direto e pessoal com seus ídolos, é por intermédio dos veículos de comunicação que as celebridades serão acessadas e "consumidas". Desta forma, as bases da adoração a uma celebridade são construídas primordialmente a partir de sua imagem pública, ou "fachada" como requer Goffman (2013), e que não necessariamente corresponde a seu eu íntimo. Essa inspiração que os autores preferidos despertam nos leitores corresponde ao processo que se passa com as celebridades de um modo geral, que oferecem modelos de papéis a serem seguidos pelos fãs. Quanto mais próximos do público

forem os papéis assumidos pelas celebridades, mais facilmente poderão se dar os processos de identificação e projeção de que nos fala Morin (1989).

Voltando ao nosso estudo de caso, Thalita Rebouças reivindica para si uma autêntica capacidade de entender como os adolescentes pensam e como se sentem, o que se daria em função de ela possuir uma "alma adolescente", reforçada por atitudes comportamentais e pelo uso de um vocabulário também próprio desses jovens. Desta forma, apesar da sua idade[42] (40 anos no início de 2015), ela se aproxima não só de seu público, como também de seus principais personagens. De certa forma, a escritora se comporta como uma típica adolescente carioca. Seus gestos são expansivos e ela utiliza gírias e expressões muito próximas aos de seus protagonistas. Tais recursos, sem dúvida, a aproximam de seu público, facilitando o processo de identificação. Ao mesmo tempo, sua fama, sucesso e credibilidade como autora junto ao público, a colocam em uma posição bastante admirada e desejada por muitos. Ela é, inegavelmente, bem-sucedida na profissão que escolheu, o que pode ativar os processos de projeção dos leitores. Se os adolescentes, leitores e personagens, são ambíguos e oscilam entre a infância e a adolescência, pode-se dizer que a autora, por sua vez, oscila entre a adolescência e a vida adulta.

O "não saber" e a falibilidade assumidos pela autora em assuntos variados podem ser correlacionados às muitas situações retratadas nos livros em que os personagens precisam lidar com o novo e o desconhecido. No caso da escritora, eles são direcionados para assuntos como futebol e culinária. Já para seus personagens isso se dá em relação a questões mais relevantes em suas histórias de vida: a primeira paixão, o primeiro namoro, a iniciação sexual, entre outras. A forma bem humorada como a autora lida com seu desconhecimento, fazendo disso motivo de riso, pode também de certa maneira ser vista na forma tantas vezes também bem humorada com que os personagens lidam com essas questões. Pode-se dizer que eles possuem de maneira geral certa capacidade de rirem de si mesmos. Os personagens lidam com questões que podem ser vistas como dramáticas na vida dos adolescentes, mas eles lidam com elas sem drama, de forma positiva na maioria das vezes.

[42] Thalita Rebouças nasceu em 10/11/1974.

Assim como a internet faz parte do dia-a-dia dos personagens, a autora tem presença constante no ambiente virtual. Por meio de suas contas em redes sociais virtuais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, ela mantém uma relação bastante próxima com os fãs. É por esse canal que ela conta novidades como o lançamento de novos livros, de eventos como bienais ou sessões de autógrafos, que compartilha os *links* de alguma matéria sobre ela veiculada na mídia, faz pesquisa com os leitores, pergunta a opinião dos fãs a respeito de algum assunto sobre o qual esteja escrevendo, posta fotos de suas viagens a lazer ou a trabalho, ou mesmo responde às declarações e elogios dos fãs. A internet faz parte da vida dela, assim como de seus leitores e também de seus protagonistas.

Como vimos, Thalita Rebouças é, sem dúvida, famosa. E o tema da fama é abordado em seus livros com alguma frequência. Em *Tudo por um pop star* (2003), a questão é explorada pelo ponto de vista dos fãs. O trio de adolescentes protagonistas idolatra a banda internacional de música pop, os *Slavabody Disco Disco Boys* e elas são retratadas nos esforços que fazem para vê-los, nas tentativas de chegarem perto de seus ídolos, na grande disponibilidade de se dedicar a uma paixão totalmente unilateral, que se dá apenas no sentido fã-ídolo. Já em *360 dias de sucesso* a perspectiva é outra. Os protagonistas são anônimos no início da história, mas ao longo da narrativa são alçados ao sucesso, se tornam conhecidos do público, conquistam uma legião de fãs e precisam aprender a lidar com a fama repentina. Os personagens, no livro, comentam sobre a gostosa e ao mesmo tempo estranha e desconfortável sensação de serem reconhecidos por todos, a surpresa com a repercussão que o trabalho deles (no caso a música) é capaz de causar, o assédio repentino e até as dificuldades em retribuir o carinho recebido dos fãs, como na fala de Gualter: "Não havia hipótese de responder a todas as mensagens que chegavam para mim pelo Face, pelo Twitter, por e-mail. Todas as noites eu lia tudo, mas se fosse responder a cada uma levaria horas" (REBOUÇAS, 2014, p. 205). A fala do personagem em muito se assemelha ao que a autora afirma em seu próprio site pessoal. Diante da pergunta "Você responde todos os e-mails que recebe?", a escritora responde "Já houve tempo em que eu respondia sim a essa pergunta, mas agora, depois de tantos livros publicados, ficou impossível. Uma coisa eu posso garantir: eu leio TODOS, pois é uma das coisas que eu mais amo

fazer na vida!”[43]. Neste caso, houve uma total identificação entre autora e personagem, como se este fosse uma espécie de “alter ego” dela.

Diante disso, pode-se afirmar que algumas características relacionadas aos adolescentes são comuns aos leitores, aos personagens e à própria escritora. Tais características compartilhadas, por sua vez, reforçam os vínculos entre todos eles. Os leitores se identificam com o que está retratado nos livros e, ao mesmo tempo, se reconhecem de alguma forma na própria escritora. Para muitos deles, não basta, portanto, comprar os livros e lê-los, há a enorme vontade de se aproximar da própria escritora e, de certa forma, consumi-la também. A autora se aproxima de seu público e se relaciona com os leitores também por meio de seus personagens. Estes, por sua vez, são ao mesmo tempo um reflexo de sua criadora e de seu público.

[43] Disponível em: http://www.thalitareboucas.net/perguntas-frequentes/. Acesso em 4 fev. 2015.

6
Considerações finais

A inspiração para esta pesquisa partiu primeiro de um estranhamento. O que poderia explicar tamanha ebulição do mercado juvenil no Brasil, com alguns escritores sendo alçados à categoria de *pop stars*, quando a fala comum e, sem dúvida, disseminada é a de que os jovens não gostam de ler e, mais ainda, de que os livros impressos, enquanto suporte, estariam fadados ao desaparecimento frente à grande novidade dos *e-books*? Em seguida, tal estranhamento motivou a disposição para tentar entender algumas das especificidades deste mercado, as estratégias mercadológicas e, para além disso, os fatores que poderiam justificar a disponibilização e mobilização dos adolescentes para a compra de livros, a leitura propriamente dita e a vontade de estabelecer e fortalecer vínculos com os personagens, as narrativas e os escritores.

O crescente consumo de livros pelos adolescentes se baseia na construção e renovação de relações simbólicas com as obras e seus autores. Tal consumo vai muito além da posse do livro e da leitura propriamente dita das narrativas que constam em suas páginas, estes são a chave de acesso, o ponto de partida para devaneios, sonhos, vivência de experiências e emoções que podem ser extremamente prazerosas. Para além disso, a relação com os livros faz-se presente de maneira efetiva na vida desses jovens e do dia-a-dia deles. Em pesquisa realizada com adolescentes leitores do Rio de Janeiro, a maioria (52%) afirmou possuir o hábito diário da leitura, ao lerem um pouco todo dia. Some-se a isso o fato de 87,2% deles afirmarem que carregam os livros consigo aos mais diversos lugares. Os livros, assim como os personagens e narrativas que eles trazem, tornam-se parte do cotidiano, fazem companhia aos jovens, e os laços entre eles são reafirmados e reforçados continuamente. Não se trata exclusivamente de consumo e hábito de leitura, mas também de afeto e vínculo emocional. A palavra-chave aqui é afetividade, não por acaso uma das definidoras da adolescência, segundo Rocha & Pereira (2009).

Vale dizer ainda que a leitura aqui não é uma atividade solitária. A fruição deste produto da cultura de massa, por mais que se dê de maneira individual na maioria das vezes, com frequência está envolvida em socialização, aceitação e

compartilhamento. O acesso aos livros se dá, segundo os próprios jovens entrevistados, na maioria das vezes por meio de compra realizada com os pais, ao ganharem de presente ou pegarem emprestado com os amigos, o que aponta para uma socialização prévia à leitura. Os comentários e trocas de ideias sobre as obras também pautam conversas, discussões e trocas sobre as impressões e opiniões de cada um, possibilitando que se agrupem em torno de gostos e preferências expressados a partir dos livros. Esse caráter de vinculação está associado ao gregarismo, fator também determinante para a adolescência e que tão bem pode ser expressado pelas escolhas de consumo, inclusive as culturais.

Outro fator-chave para a construção dessas relações simbólicas é a identificação dos jovens leitores com as representações sociais dos adolescentes que estão presentes nos livros. Tal qual afirma Moscovici (2011), há uma relação central entre as representações sociais e a comunicação. Ao permitir a existência de códigos compartilhados, as representações tornam a comunicação possível. Ao mesmo tempo, porém, as representações são fruto da comunicação, que as colocam em circulação no interior da sociedade. Tem-se aí uma indicação da grande importância dos bens culturais no que tange à maneira como os jovens se veem e são vistos em nossa sociedade moderna. A grande pluralidade nas representações dos adolescentes na obra da escritora Thalita Rebouças facilita o processo de identificação dos leitores com os personagens, abrindo caminho para o estabelecimento e fortalecimento de vínculos afetivos com os protagonistas e as narrativas. Tais representações servem como modelos, guias de como ser e como agir para os jovens, o que vai apoiá-los na busca pela constituição de suas identidades. Ao mesmo tempo, tais representações conferem visibilidade a esses jovens, jogando luz sobre sua existência e suas próprias questões, o que é bastante relevante, em uma fase da vida em que se sentem - e muitas vezes de fato o são - destituídos de lugar próprio. Os livros, e as representações sociais colocadas por eles em circulação, inserem na pauta questões tão relevantes para os jovens, ajudando-os a lidarem com elas, a terem uma melhor compreensão de si e, ao mesmo tempo, ampliando sua visão de mundo.

Outro fator fundamental neste contexto é o papel que assume o escritor contemporâneo voltado para o público juvenil. Ele não é um artista recluso, que se dedica à elaboração de sua obra de maneira isolada e que só descobrirá o impacto que ela terá à época de seu lançamento. Muito pelo contrário, esses escritores são

fator de extrema importância nas relações simbólicas que atuam no mercado editorial. A popularização de tecnologias digitais e das redes sociais virtuais, associadas a uma postura bastante aberta para a interação com leitores e a disponibilidade para se relacionar com eles, possibilitam uma proximidade bastante acentuada entre escritor e leitores, proximidade esta que vai interferir de maneira direta no produto cultural que será oferecido. Os escritores trocam ideias com os leitores, pedem opiniões, os consultam sobre assuntos diversos que serão abordados nas narrativas. Desta forma, tais produtos já nascem, de certa maneira, apropriados pelos leitores, já contam com algum nível de intervenção deles, o que lhes atribui certo empoderamento nesta relação na qual, anteriormente, tinham papel muito mais passivo. Os autores também usam esses canais de comunicação para divulgar suas novidades, lançamentos e eventos dos quais participem. Os leitores contribuem e participam quando são demandados pelos escritores, mas também se expressam espontaneamente, elogiam ou reclamam sobre o desfecho de narrativas, e também expressam sua admiração e buscam se diferenciar em meio aos demais leitores, na tentativa de estabelecer um vinculo o mais próximo possível com o escritor-ídolo. O caso específico da autora aqui estudada aponta para uma coexistência dessas práticas de aproximação com o público e de uma inserção midiática bastante relevante, que a destaca da massa e a coloca num lugar diferenciado, destinado apenas às celebridades.

Levando em consideração especificamente o caso da escritora Thalita Rebouças tem-se que a análise de sua identidade midiática aponta para um construto coeso e coerente, cujas características não por acaso possuem um sem-número de similaridades às de seus leitores e também de seus principais personagens da ficção. A autora reivindica para si uma autêntica capacidade de entender como os adolescentes pensam e como se sentem, o que se daria em função de ela possuir uma "alma adolescente", reforçada por atitudes comportamentais e pelo uso de um vocabulário também próprio desses jovens. Outro atributo que é muito fortemente associado à autora é o de assumir desconhecer alguns assuntos, como futebol e culinária, por exemplo, e mesmo assim se expor a falar deles e não sentir vergonha ou constrangimento por fazer perguntas muitas vezes básicas e inusitadas, assumindo um caráter de falibilidade. Este recurso a aproxima de seus fãs, já que uma das características ligadas aos adolescentes é a inexperiência, o não domínio dos mais variados conteúdos, em

oposição à ideia do saber, associada aos adultos. Fortemente associados à autora, ainda, estão o bom humor e a descontração, e a reivindicação de uma postura "fofa", que consiste, entre outras coisas, em tratar a todos com carinho, atenção e consideração.

Diante disso, pode-se afirmar que algumas características relacionadas aos adolescentes são comuns aos leitores, aos personagens e à própria escritora. Tais características compartilhadas, por sua vez, reforçam os vínculos entre todos eles. Os leitores se identificam com o que está retratado nos livros e, ao mesmo tempo, se reconhecem de alguma forma na própria escritora. Para muitos deles, não basta, portanto, comprar os livros e lê-los, há a enorme vontade de se aproximar da autora e, de certa forma, "consumi-la" também. A autora se aproxima de seu público e se relaciona com os leitores também por meio de seus personagens. Estes, por sua vez, são ao mesmo tempo um reflexo de sua criadora e de seu público.

Se alguns pontos puderam ser vislumbrados, de forma alguma o assunto e a reflexão foram esgotados. Tem-se aí um mercado dinâmico, em constante transformação, no qual novos elementos relevantes para análise surgem constantemente. Além disso, como desdobramento da própria pesquisa aqui realizada, surgem novas questões, aspectos diferenciados que são revelados e com potencial para mobilizar novas investigações. Destes, dois em especial vêm causando inquietações nesta autora e podem vir a ser abordados em um futuro projeto de pesquisa: de que forma o livro atua como gatilho de socialização entre os jovens? Desde a prática de emprestar livros uns aos outros, à valorização que tem no grupo aquele que primeiro leu uma história, as trocas simbólicas estabelecidas após a leitura, as interações que se dão nos ambientes virtuais e físicos a partir daí, e se de alguma forma a leitura é motivada pelo receio de se sentir excluído de um grupo ao não poder compartilhar tais códigos. Ou seja, pode ser interessante um olhar que privilegie as interações sociais dos jovens a partir do consumo da literatura. Outro aspecto que pode motivar uma investigação posterior diz respeito às temáticas. O amor romântico e tradicional, o *happy end* e o herói começam aos poucos a ceder algum espaço na cultura de massa para distopias, temáticas que abordam doenças terminais, relacionamentos amorosos desfeitos, paixões que versam sobre tipos diferenciados de casais que não o heterossexual tradicional, finais que não são mais felizes e levam o espectador às lágrimas de

tristeza. De que forma os processos de identificação e projeção, propostos por Morin (2011) atuariam aí? Ou será preciso identificar novos mecanismos que entram em atuação neste contexto?

Fica aqui a constatação, no âmbito pessoal, de que o estranhamento e as inquietações são parte indissociável da vida de um pesquisador. Que possamos, então, fazer disso um instrumento para uma melhor compreensão do mundo.

7
Referências bibliográficas

ARIÈS, P. **História Social da Criança e da Família.** Rio de Janeiro: LTC, 1981.

BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa, Portugal. Edições 70, 2008.

BOORSTIN, D. J. From hero to celebrity: the human pseudo-event. In: MARSHALL, P. D. (ed.). **The celebrity culture reader.** New York: Routledge, 2006. P. 72-90.

BOURDIEU, P.. "A 'Juventude' é apenas uma palavra". In: **Questões de Sociologia.** Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CATANI, A. M.; GIGLIOLI, R. de S.P. **Culturas juvenis:** múltiplos olhares. São Paulo: Editoram UNESP, 2008. (paradidáticos. Série Cultura).

CECCANTINI, J. L. **Conflito de gerações, conflito de culturas:** um estudo de personagens em narrativas juvenis brasileiras e galegas. Resumo disponível em: http://www.ibby.org/index.php?id=1094

DURKHEIM, É**. Sociologia e filosofia**. Rio de Janeiro e São Paulo: Ed. Forense, 1970.

ECO, U. **Sobre os espelhos e outros ensaios.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira,1989.

______. **Apocalípticos e integrados.** São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.

FIGUEIREDO, V. L. F. Entre o texto e a imagem: a literatura equilibrista. In: OLINTO, H. K.; SCHOLLHAMMER, K. E.(Org.) **Literatura e Criatividade**. 7 Letras, 2012.

FREIRE FILHO, J. Como ser uma 'Adolescente Liberada' no Terceiro Milênio. In: FREIRE FILHO, J. **Reinvenções da resistência juvenil:** os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2007, p. 111-162.

GENNEP, A. **Os ritos de passagem.** Petrópolis: Vozes, 2013.

GIDDENS, A. **Modernidade e Identidade.** Rio de Janeiro, Zahar, 2002.

GITLIN, T. **Mídias sem limite.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 2013.

GOMES, L. G.. Fansites ou o "consumo da experiência" na mídia contemporânea. In: **Horizontes antropológicos**. Porto Alegre , v. 13, n. 28, Dec. 2007. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832007000200013&lng=en&nrm=iso>. Último acesso em 08/12/2014.

GROPPO, L. A. **Juventude**: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas. Rio de Janeiro: Difel, 2000.

HALL, S. The work of representation. In: HALL, S. (org.). **Representation, cultural representation signifying practices**. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997.

______. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

HOBSBAWN, E. **Era dos extremos:** o breve século XX – 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

INGLIS, F. **Breve história da celebridade**. Rio de Janeiro: Versal, 2012.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

KELLNER, D. **A cultura da mídia.** Bauru: EDUSC, 2001.

LAJOLO, M.; ZILBERMAN, R. **Literatura infantil brasileira:** história & histórias. São Paulo, SP: Editora Ática, 2007.

LEÃO, A. **Fazer do velho uma novidade.** A invenção dos *best-sellers* juvenis - Artigo apresentado no XVI CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA, realizado de 10 a 13 de setembro de 2013, Salvador (BA). Disponível em: www.automacaodeeventos.com.br/sigeventos/sbs2013/inscricao/resumos/0001/PDF_trab-aceito-0433-1.pdf. Acesso em: 5 fev. 2015.

MARSHALL, P. D.. New Media - New Self: The changing power of celebrity. In: ____________________ (ed.). **The celebrity culture reader.** New York: Routledge, 2006. P. 634-644.

MARTHA, A. Á. P. Narrativas de língua portuguesa: temas de fronteira para crianças e jovens. In: **Língua portuguesa**: ultrapassar fronteiras, juntar culturas. Universidade de Évora, 2010.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

McCRACKEN, G. **Cultura e Consumo**. Rio de Janeiro, RJ: Mauad, 2003.

MORIN, E. **As estrelas:** mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1989.

________. **Cultura de massas no século XX. Volume 1: Neurose.** 10ª edição. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 2011.

________. **Cultura de massas no século XX. Volume 2: Necrose.** 3ª edição. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 2009.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Petrópolis: Ed. Vozes, 2011.

ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura.** São Paulo: Brasiliense, 2003.

PAES, J. P. Por uma literatura brasileira de entretenimento (ou o mordomo não é o único culpado). In: **A Aventura Literária**. Companhia das Letras, 1990.

REBOUÇAS, Thalita. **Traição entre amigas.** Rio de Janeiro. Ao Livro Técnico, 2000.

_______________. **Tudo por um pop star.** Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

_______________. **Fala sério, mãe!** Rio de Janeiro: Rocco Jovens Leitores, 2012.

_______________. **Ela disse, ele disse.** Rio de Janeiro: Rocco Jovens Leitores, 2010.

_______________. **Era uma vez minha primeira vez.** Rio de Janeiro: Rocco Jovens Leitores, 2011.

_______________. **360 dias de sucesso.** Rio de Janeiro: Rocco Jovens Leitores, 2014.

ROCHA, E. **Magia e capitalismo:** um estudo antropológico da publicidade. Editora Brasiliense, 1985.

__________; PEREIRA, C. **Juventude e Consumo:** um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Mauad, 2009.

ROCHA, R. de M. Comunicação e Consumo: por uma leitura política dos modos de consumir. In: BACCEGA, M. A. (Org.). **Comunicação e Culturas do Consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.

ROJEK, C. **Celebridade.** Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 2008.

SAHLINS, M. **Cultura e Razão Prática.** Zahar. Edição digital: julho 2012. Rio de Janeiro. ISNB: 978-85-378-0533-6

SODRÉ, M. **Best-Seller:** a literatura de mercado. Rio de Janeiro: Ática, 1988.

TAYLOR, C. **A ética da autenticidade.** São Paulo: É Realizações, 2011.

TURNER, V. W. **O processo ritual:** estrutura e antiestrutura. Petrópolis: Ed. Vozes, 2013.

Anexo 1

Perfil da escritora Thalita Rebouças em seu site pessoal (www.thalitareboucas.net). Acesso em 4 fev. 2015.

Página inicial
Quem sou
Meus livros
Culinária Atolada
Agenda de eventos
Fotos com leitores
Minhas novidades
Entrevistas na TV
Revistas e jornais
Visite meu blog
Facebook
Twitter
Instagram
YouTube
Campanha Ler é bacana
Palestra motivacional
Perguntas frequentes
Assessoria de imprensa
Contato

Quem sou

Sou fofa. Pelo menos é o que dizem as boas línguas.

Nasci no dia 10 de novembro de 1974, sou carioquésima (daquelas que louvam o Rio e agradecem diariamente por ser de uma cidade tão linda e especial), empolgada, teimosa, escorpiana, portelense, Fluminensesesê!, abracenta, sorridente, chata à beça na TPM, chorona (do tipo ridícula, choro até vendo comercial de detergente), alucinada por sambas e marchinhas de Carnaval, louca por brigadeiro (para comer de colher) e adrenalina – já saltei de pára-quedas e asa-delta algumas vezes – e viciada em algumas séries de TV (Friends, Seinfeld, Sex and The City, Big Bang Theory e Brothers and Sisters são minhas preferidas).

A vontade de escrever nasceu quando eu era criança. Do alto dos meus 10 anos eu me autodenominava "fazedora de livros", já que cuidava de todos os detalhes pessoalmente. Era eu quem desenhava a capa, transformava os papéis em livro com a ajuda do grampeador, criava as ilustrações, escrevia e revisava tudinho, para que o texto não tivesse nem um acento errado (desde pequena sou fanática por acento, sei todas as regras de cor desde a primeira aula de Português que abordou o assunto. Resumindo, coisa de C.D.F. :o).

Quando terminei o segundo grau, prestei vestibular para Direito, certíssima de que era a carreira dos meus sonhos. Aguentei dois anos, mas acabei por solucionar a cruel questão "tranco ou não tranco a faculdade?" mudando de mala e cuia para o curso de Jornalismo, que amei desde o primeiro dia de aula.

Trabalhei em empresas muito legais, como a Gazeta Mercantil, o

Lance!, a TV Globo e a FSB Comunicações.

Em 2001, quando os livros começaram a dar certo, resolvi apostar no meu sonho de pirralha e investir seriamente na carreira de escritora. Dei umas férias para a jornalista que mora em mim. O que eu gosto mesmo é de inventar histórias, aumentar um ponto -- ou vários.

Na ralação

O começo da minha carreira é uma história de bagunça e perucas em bienais e livrarias.

Fui convidada pela Ao Livro Técnico (minha primeira editora) para passar uma tarde na Bienal do Livro de 2001, aqui no Rio, autografando o Traição entre Amigas. Lá fui eu, toda serelepe. Durante 20 minutos vi passar na frente da minha mesinha um monte de gente, mas ninguém me dava bola. Percebi logo que se eu ficasse ali sentada esperando meus queridos futuros leitores
eles simplesmente não viriam.

Vários autores consagrados estavam presentes, como eu poderia competir com eles? Meu "Traição entre Amigas" era apenas mais um livro naquele universo de títulos disponíveis na Bienal. O estande da minha editora, apesar de bonitinho e bem localizado, era um entre muitos espalhados em dois imensos pavilhões do Riocentro. Se eu quisesse vender livros teria que inventar uma forma de chamar a atenção, de aparecer, de me destacar. E rápido.

Como eu tenho na bagagem alguns anos de teatro, pagar mico em público não é nenhum problema para mim. Então vamos lá!

Comecei a bater palmas, a fazer polichinelo, a brincar com quem passava na frente do estande e a anunciar o livro em altos brados, como um vendedor empolgado com seu produto. Logo juntou gente ao meu redor, rindo e escutando, e o livro passou a vender como água no deserto. Não parei de autografar um só segundo. Ao fim da tarde, a editora me convidou para voltar dois outros dias. Voltei e a vendagem foi excelente. A Bienal acabou, mas aprendi a lição.

Em outubro de 2001, com a grande e inesperada notícia de que o

Traição tinha ido para a segunda edição, resolvi arregaçar as mangas de vez e me dedicar a divulgá-lo em tempo integral. E divulgá-lo de forma eficiente e prazerosa significava voltar a fazer aquela bagunça básica da Bienal. Mas onde?

Bati na porta de duas grandes redes de livrarias, a Siciliano e a Saraiva, que foram muito legais me recebendo em suas lojas. Foram eventos divertidos e simpáticos, e o melhor: em todos eles o livro vendeu. De vez em quando eu vendia 3 exemplares, nos dias melhores eu vendia 12. Abordando as pessoas de forma bem-humorada aprendi muito sobre como lidar com o público. E sobre persistência.

Em março de 2003, assinei com a Rocco para lançar meu terceiro "filhote", o Tudo por um Pop Star, que virou best-seller. Depois dele, vieram Fala Sério, Mãe!, que foi o meu primeiro a parar na lista dos mais vendidos da revista Época e do jornal O Globo (olha que chique!), Tudo por um Namorado, Fala Sério, Professor! e todos os outros.

Já publiquei sete livros em Portugal e em 2014 meus livros serão publicados em toda a América Latina.

Depois de tantos anos correndo atrás, atingi um milhão (!!) de livros vendidos em 2011. Mas ainda quero mais, muito mais.

Nada como fazer o que a gente gosta.

Anexo 2

Questionário de pesquisa exploratória realizada com 126 jovens leitores da Região Metropolitana e analisada no Capítulo 2.

QUESTIONÁRIO – LITERATURA JUVENIL DATA: ___/___
ENTREVISTADOR:____________
NOME: ________________________ E-MAIL: ___________________ TEL.: ____________

1 - Sexo: ( ) F ( ) M

2 - Idade:
( ) Menos de 13 anos (agradecer e encerrar)
( ) 13 ( ) 14 ( ) 15 ( ) 16 ( ) 17 ( ) 18
( ) Mais de 18 anos (agradecer e encerrar)

3 - Você costuma ler livros impressos?
( ) SIM ( ) NÃO (agradecer e encerrar)

4 - Quantos livros você leu nos últimos doze meses?
( ) Menos de 3 (encerrar) ( ) 3 ou mais

5 - Qual tipo de livro você costuma ler? (RM)
( ) literatura fantástica ( ) ficção científica
( ) romance ( ) contos
( ) crônicas ( ) policial
( ) autoajuda ( ) suspense/ terror
( ) quadrinhos ( ) comédia
( ) outros: ___________________________
____

6 - Qual, entre todos os gêneros, é o seu favorito? (RU)
( ) literatura fantástica ( ) ficção científica
( ) romance ( ) contos
( ) crônicas ( ) policial
( ) autoajuda ( ) suspense/ terror
( ) quadrinhos ( ) comédia
( ) outros: ___________________________
____

7 - Quais autores você conhece? (RM) – Não mostrar opções; resposta espontânea
( ) Thalita Rebouças ( ) Paula Pimenta
( ) Bruna Vieira ( ) John Green
( ) J. K. Rowling ( ) Veronica Roth
( ) Stephanie Meyer ( ) Suzane Collins
( ) Cassandra Clare ( ) Kiera Cass
( ) Não soube dizer (pular para a pergunta 10)
( )Outros: ____________________________
____

8 – Dentre os autores que você citou, diga até três preferidos, em ordem de 1 (gosta menos) a 3 (gosta mais): – Não mostrar opções; resposta espontânea
( ) Thalita Rebouças ( ) Paula Pimenta
( ) Bruna Vieira ( ) John Green
( ) J. K. Rowling ( ) Veronica Roth
( ) Stephanie Meyer ( ) Suzane Collins
( ) Cassandra Clare ( ) Kiera Cass
( ) Não soube opinar
( )Outros: ____________________________
____

9 – Quantos livros você já leu do seu autor preferido? (RU)
( ) Entre 1 e 3 ( ) Entre 4 e 6 ( ) 7 ou mais

10 - Você sabe qual é a editora do seu livro preferido?
( ) Sim ( ) Não

11 - Seus grupos de amigos costumam ler esses tipos de livros?
( ) Sim, leem os mesmos que os meus
( ) Sim, leem os mesmos e outros tipos também
( ) Não, mas leem outros tipos
( ) Não leem nenhum tipo de livro (pular para a 13)
( ) Não sabe responder (pular para 13)

12 - Quais os principais autores que eles costumam ler? (RM) – Não mostrar opções; resposta espontânea
( ) Thalita Rebouças ( ) Paula Pimenta
( ) Bruna Vieira ( ) John Green
( ) J. K. Rowling ( ) Veronica Roth
( ) Stephanie Meyer ( ) Suzane Collins
( ) Não soube dizer
( ) Outros:
____

13 - Como você tem acesso aos livros? (RM)
( ) compra com sua mesada
( ) biblioteca
( ) compra com os pais
( ) emprestado de amigos
( ) ganha de presente
( ) outros: ___________________

14 - Onde você guarda seus livros? (RM)

( ) estante ( ) gaveta
( ) mochila ( ) armário
( ) em cima da mesa
( ) outros: ____________________

15 - Quando você pega um livro para ler, como se dá essa leitura?
( ) todo dia um pouco
( ) de uma vez só
( ) quando dá vontade
( ) quando não tem nada pra fazer
( ) outros ___________________________

16 - Você leva o livro para algum lugar?
( ) Sim ( ) Não (pular para a 18)

17 - Para onde? (RM)
( ) escola ( ) viagem
( ) academia ( ) transporte (ônibus, metrô, carro...)
( ) outros ________________________________

18 - Você tem perfil em redes sociais?
( ) Sim ( ) Não (pular para a 26)

19 - Se sim, em quais? (RM)
( ) Twitter
( ) Facebook
( ) Instagram
( ) Outros: _________________________________

20 - Você segue ou curte alguma página ou perfil relacionado a seus livros em redes sociais?
( ) Sim ( ) Não

21 - Você segue ou curte algum (a) autor (a) em redes sociais?
( ) Sim ( ) Não

22 - Se sim, quais? (RM) - Não mostrar opções; resposta espontânea
( ) Thalita Rebouças
( ) Paula Pimenta
( ) Carina Ricci
( ) Bruna Vieira
( ) Meg Cabot
( ) John Green
( ) Nicholas Sparks
( ) Cassandra Clare
( ) Veronica Roth
( ) Suzanne Collins
( ) JK Rowling
( ) Carolina Munhóz
( ) Kiera Cass
( ) Outros: _______________________________

23 - Você curte ou segue alguma página relacionada a alguma série, saga ou livro específico?
( ) Sim ( ) Não (pular para a 26)

24 - Quais? (RM)
( ) Fala sério ( ) Fazendo meu filme
( ) Tudo por ... ( ) Jogos Vorazes
( ) Harry Potter ( ) Percy Jackson
( ) Crepúsculo ( ) Maze Runner
( ) Instrumentos Mortais ( ) Dezesseis Luas
( )Pretty Little Liars ( ) Diário de um Banana
( ) Diário da Princesa ( ) A seleção
( ) Outros: ________________________

25 - Você interage com essas páginas e/ou usuários? (1 - nada / 5 - muito)
(1) (2) (3) (4) (5)

26 - Você já foi a algum evento, como tarde de autógrafos ou encontro de fãs?
( ) Sim ( ) Não (pular para a 28)

27 - Como ficou sabendo do evento?
( ) Facebook ( ) Fansite
( ) Twitter ( ) Site de livraria
( ) Jornal/Revista ( ) Por amigos
( ) Outros: ____________________________

28 - Você participa de algum fã-clube de autores ou livros?
( ) Sim ( ) Não (pular para a 30)

29 – De qual autor ou livro? (RM)
AUTORES
( ) Thalita Rebouças ( ) Paula Pimenta
( ) Carina Ricci ( ) Bruna Vieira
( ) Meg Cabot ( ) John Green
( ) Nicholas Sparks ( ) Cassandra Clare
( ) Veronica Roth ( ) Suzanne Collins
( ) JK Rowling ( ) Carolina Munhoz
( ) Kiera Cass ( ) Outros: ________

LIVROS
( ) Fazendo meu filme
( ) Tudo por ... ( ) Jogos Vorazes
( ) Harry Potter ( ) Percy Jackson
( ) Crepúsculo ( ) Maze Runner
( ) Instrumentos Mortais ( ) Dezesseis Luas
( )Pretty Little Liars ( ) Diário de um Banana
( ) Diário da Princesa ( ) A seleção
( ) Fala sério!
( ) Outros: ________________________

30 - Você já foi à Bienal do Livro?
( ) Sim ( ) Não (pular para a 33)

31 - Quantas vezes?
(1) (2) (3) (4) (5)

32 - O que te levou à Bienal? (RU)
( ) Presença de autores
( ) Compra de livros
( ) Eventos Especiais
( ) Lazer
( ) Outros: ________________________________

33 - Por que você gosta das histórias dos livros que lê? (RM)
( ) Se identifica com algum personagem

( ) Tem uma linguagem fácil de entender
( ) Por ser uma estória que você já viveu
( ) Pois você desejaria viver uma vida como a do personagem
( ) Porque me identifico com o(a) autor(a)
( ) NRA

34 - O que te influencia mais na hora da decisão da leitura? (RU)
( ) autor
( ) título
( ) capa
( ) indicação de amigos
( ) indicação da escola
( ) tema/ gênero
( ) popularidade/fama da obra
( ) lista de livros mais vendidos
( ) outros ______________________________

35 - Você se sentiria excluído de seu grupo de amigos se não lesse esses livros?
( ) Sim ( ) Não ( ) Não sei

36 – Como você acha que as pessoas te veem porque você lê esses livros? (RM) - Não mostrar opções; resposta espontânea
( ) Popular
( ) Inteligente
( ) Bem informado
( ) Outro: ______________________________
( ) Não sei responder

37 - O que os autores que você gosta significam pra você? (RU)
( ) ídolo
( ) inspiração
( ) amigo
( ) conselheiro
( ) NRA